

РУССКИЙ ЮВЕЛИР

октябрь | 2010 (7)



ISSN 1810-7311



Михаилу Перхину — 150 лет | Ювелирные тренды |
В поисках результата | Ювелиры Транссиба |

НОВОЕ — ЭТО ХОРОШО ПРОТЕРТОЕ СТАРОЕ

DA DANIALIS

ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ СРЕДСТВО
ДЛЯ ЧИСТКИ ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ
В ДОМАШНИХ УСЛОВИЯХ



Салфетка для чистки изделий из золота.

Одной салфеткой можно почистить до 20 изделий!
Хорошо чистит изделия с твердыми камнями:
бриллиант, рубин, сапфир, аметист и пр.
С осторожностью использовать для изделий
с мягкими камнями. Раствор абсорбирует на себя
грязь в труднодоступных местах.
Можно работать без перчаток.
Стоимость 1 шт. — 17 руб.
Минимальная партия 100 шт.



**Салфетка для чистки
ювелирных изделий «Универсальная».**

Одной салфеткой можно почистить
до 20 изделий!
Предназначена для чистки не очень
грязных изделий из золота и серебра.
Можно работать без перчаток.
Стоимость 1 шт. — 17 руб.
Минимальная партия 100 шт.



Салфетка для чистки изделий из серебра.

Одной салфеткой можно почистить до 20 изделий!
Хорошо чистит изделия с твердыми камнями.
С осторожностью использовать для изделий
с мягкими камнями и чернением.
Можно работать без перчаток.
Стоимость 1 шт. — 17 руб.
Минимальная партия 100 шт.



**Средство по уходу за жемчугом
и деликатными камнями.**

Подходит для чистки бирюзы,
лазурита, малахита, коралла, янтаря
и изделий с искусственным чернением.
Можно работать без перчаток.
Минимальная партия — 20 шт. (2 коробки).
Стоимость 1 флакона — 120 руб.

**Средство для чистки ювелирных
изделий из золота/серебра.**

Не содержит аммиак, можно работать без перчаток.
Минимальная партия — 20 шт. (2 коробки).
Стоимость 1 флакона — 100 руб.



На территории РФ торговая марка зарегистрирована — ООО «РА «Русский Ювелир». Продукция имеет все необходимые сертификаты, предусмотренные законом РФ. Поставка продукции производится со склада в Санкт-Петербурге и Москве.
По вопросам оптовых поставок: ООО «РА «Русский Ювелир» (ТМ «Danialis»), 199034, Санкт-Петербург, В.О., 16-я линия, д. 7
т./ф.: +7 (812) 327-75-65/66, +7 (812) 328-05-51/61, www.danialis.ru, e-mail: info@danialis.ru, suv@russianjeweller.ru

ДИЛЕРЫ

Москва: ООО «КЛИО», 119991, Москва, Ленинский пр., д. 6, тел./факс: +7 (495) 237-39-96, 237-48-42, 237-67-66
Санкт-Петербург: ООО «ПРОМЫШЛЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ», ул. Цветочная, д. 25, офис 508, тел./ факс: +7 (812) 718-76-02, 336-39-48

ОБЛОЖКА



www.pomelnikov.ru

На обложке:
кавалер Почетного знака
Мемориального фонда Карла Фаберже
«150 лет Михаилу Перхину»
Татьяна Владимировна
Соболев-Помельникова.

На странице 6 читайте статью
о награждении.

СОБЫТИЯ

- 6 В преддверии юбилея
- 8 Итоги осенних аукционов «Кюнкер»
- 24 Екатеринбург — центр ювелирной моды России!
- 25 Кладовая сокровищ
- 26 Торговый Дом «Агат» представляет...
- 28 Пятая стихия
- 30 Ника. Магия Семи
- 32 МИХАИЛУ Перхину — 150 лет

ВЫСТАВКИ

- 12 Р.О.С. Ювелирэкспо. Сокольники
- 14 «JUNVEX Москва»: план победы
- 40 Креативные «технари»

КОНКУРСЫ

- 18 Лучшие украшения России



ДОБИТЬСЯ
УСПЕХА ВМЕСТЕ.

FASCINATION

МЮНХЕН 25-28 ФЕВРАЛЯ 2011

Представительство в России:
ООО «Мессе Мюнхен Консалтинг»
Тел.: (495) 6971670, info@messe-muenchen.ru
www.inhorgenta.com

Только для специалистов

38 я международная выставка ювелирных
украшений, часов, дизайнерских украшений,
драгоценных камней и технологий

2011
inhorgenta

РУССКИЙ ЮВЕЛИР

РЕДАКЦИЯ

главный редактор Владимир Пилюшин
1-й заместитель главного редактора
Светлана Пилюшина — sveta@russianjeweller.ru
редактор
Татьяна Самойлова — ts@russianjeweller.ru
эксперт-геммолог
Михаил Чижов
дизайн и верстка
Екатерина Калинина
фото
Мария Баткова
рисунки
Екатерина Калинина
корректор
Людмила Лебедева

ОТДЕЛ РЕКЛАМЫ

рекламный отдел
Мария Станецкая — advert@russianjeweller.ru

ОТДЕЛ РАСПРОСТРАНЕНИЯ
info@russianjeweller.ru

МОСКОВСКОЕ ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО

директор
Виталий Пилюшин
тел.: +7 (903) 599-59-97, +7 (921) 432-90-53
e-mail: moscow@russianjeweller.ru

АДРЕС РЕДАКЦИИ

199034, Санкт-Петербург, В. О., 16 линия, д. 7, оф. 59.
Тел./факс (812) 327-75-65/66
www.russianjeweller.ru
e-mail: info@russianjeweller.ru

Для почтовой корреспонденции:
199034, Санкт-Петербург, а/я 8,
ООО «РА «Русский Ювелир»

учредитель ООО «РА «Русский Ювелир»

издатель ООО «РА «Русский Ювелир»

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

Александр Горыня
Валерий Крылов
Михаил Пиотровский
Александр Рыбаков
Татьяна Фаберже

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Марина Лопато
Владимир Матвеев
Валентин Скурлов

БУХГАЛТЕРСКАЯ ПОДДЕРЖКА

«Центр учета и аудита»

ЖУРНАЛ «РУССКИЙ ЮВЕЛИР», № 7, 2010 год

ТИРАЖ 5000 экз.

СВИДЕТЕЛЬСТВО О РЕГИСТРАЦИИ средства массовой информации ПИ № ФС77-35990. Выдано 22 апреля 2009 года Управлением Федеральной службы по надзору в сфере связи и информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)

ПЕЧАТЬ Типография «Премиум Пресс», Санкт-Петербург

«РУССКИЙ ЮВЕЛИР» © — зарегистрированная торговая марка

Редакция не несет ответственности за содержание рекламных объявлений. Полное или частичное воспроизведение материалов, опубликованных в журнале, допускается только с письменного разрешения редакции со ссылкой на «Русский Ювелир». Все рекламируемые товары и услуги имеют необходимые сертификаты и лицензии. Рукописи не рецензируются и не возвращаются. Свободная цена

Журнал «Русский Ювелир» —

ОФИЦИАЛЬНЫЙ ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПАРТНЕР
Гильдии ювелиров России

НАШИ ПОЗДРАВЛЕНИЯ

34 К юбилею Мастера

67 С днем рождения!

ОСОБОЕ МНЕНИЕ

47 Искусство и коммерция —
две вещи совместные?

48 В поисках результата

*Православный крест.
Сергей Кванин*



стр. 34

К юбилею Мастера



стр. 50

Ювелирные тренды. Прогнозирование ювелирной моды

ЮВЕЛИРУ НА ЗАМЕТКУ

50 Ювелирные тренды.
Прогнозирование ювелирной
моды

ТЕХНОЛОГИИ РЕКЛАМЫ

54 Вещи и возможности

ПРЕДСТАВЛЯЕМ

60 Ювелиры Транссиба



*Зеленцовы.
Мужской перстень "Тигр"*

стр. 60

Ювелиры Транссиба



АЛМАЗ-ХОЛДИНГ
ювелирная компания

*Вместе с нами
в мир прекрасного!*



129301, Москва, ул. Космонавтов, д. 7, корп. 2. Тел.: (495) 956-8989
info@almaz-holding.ru www.almaz-holding.ru



В преддверии юбилея

9 ЛЕТ СО ДНЯ УЧРЕЖДЕНИЯ

НП «АССАМБЛЕЯ ЮВЕЛИРОВ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА»

20 октября состоялась встреча участников Партнерства «Ассамблея Ювелиров Санкт-Петербурга», посвященная празднованию девятилетия со дня его учреждения.

Встреча проходила в неформальной обстановке в европейских интерьерах ресторанный комплекса «Четыре Четверти».

На сегодняшний день Ассамблея Ювелиров объединяет 14 компаний ювелирной промышленности и торговли, страховую компанию «Мегарусс-Д» и ГОУ НПО «Художественно-профессиональный лицей». Многие компании в составе Ассамблеи можно назвать мастодонтами петербургского ювелирного бизнеса. Их стаж насчитывает от десяти до двадцати лет.

На празднике присутствовали директора и представители высшего менеджмента компаний: «Альфа», «Арина», «А. Помельников», «Даймонд Дизайн», «Каст», «Кахолонг», «Смоленские Бриллианты — Санкт-Петербург», «Мегарусс-Д», «Роза», «Садко», «СевЗапЮвелирпром», «Ювелирная торговля Северо-Запада» и «14 КАРАТ».

Объединившись в 2001 году, руководители семи компаний: Ювелирного Завода «Альфа», Ювелирной Компании «Арина», Ювелирного завода «Каст»,

Ювелирного Дома «Кахолонг», Ювелирного Дома «Садко», Ювелирной Компании «Роза» и Акционерного общества «Ювелирная торговля Северо-Запада» — определили основные задачи будущего Партнерства. В первую очередь участники договорились самостоятельными усилиями и осуществлением совместных проектов способствовать возрождению традиций Петербургского ювелирного искусства.

Ежегодно в программу деятельности Партнерства включается участие в проектах, связанных с сохранением и возрождением петербургского культурно-исторического наследия. Так, например, в 2011 году отмечается 100-летний юбилей со дня учреждения в 1911 году Санкт-Петербургского общества ювелиров — первого общественного объединения ювелиров, численность которого доходила до 100 человек. Ассамблея Ювелиров готовит собственный проект, посвященный этому юбилею, выпуск исторического альманаха о развитии петербургской ювелирной школы за последние 100 лет.

На празднике десятилетия пять директоров ювелирных компаний в составе Ассамблеи удостоились награды «Почетный знак Мемориального фонда Карла Фаберже «150 лет Михаилу Перхину». Медали на красной атласной ленте и удостоверения к ней вручал действительный кавалер ордена Карла Фаберже, президент Партнерства «Ассамблея Ювелиров Санкт-Петербурга» Александр Николаев. Почетными кавалерами стали: Татьяна Соболев-Помельникова, генеральный директор компании «А. Помельников»; Сергей Евдокимов, директор Завода «Каст»; Григорий Дризин, генеральный директор компании «Сев-ЗапЮвелирпром»; Александр Стрекалов и Андрей Пеньков, директора компании «Даймонд-Дизайн». Ранее эта награда вручалась еще четырем директорам предприятий Ассамблеи. Заслуги руководителей фирм Ассамблеи отмечены также грамотами губернатора Санкт-Петербурга, комитета по культуре СПб, комитета экономического развития, промышленной политики и торговли, МВД РФ и др. Среди директоров предприятий партнерства три почетных кавалера ордена Карла Фаберже. В этом году Ассамблея изготовила эксклюзивный подарок к юбилею Татьяны Федоровны Фаберже — серебряную плакетку с изображением инструментов и рабочего места ювелира как символ профессионализма и преданности своему делу.

В 2008 году многие руководители компаний в составе Ассамблеи удостоились медали 300-летия Петербурга за вклад в развитие промышленности и ювелирного искусства города.

Ассамблея выступает от имени и в интересах своих членов в общественных организациях: Гильдия ювелиров России, Санкт-Петербургская торгово-промышленная палата, Союз промышленников и предпринимателей Санкт-Петербурга.

К своему юбилею в 2006 году Ассамблея учредила собственную уникальную награду — знак отличия «Ювелирных Дел Мастер». Это единственная в России награда за высокий профессионализм работников предприятий ювелирной отрасли. Официально одобренный Геральдическим Советом при президенте РФ этот знак ежегодно вручается лучшим сотрудникам предприятий в составе Партнерства.

Еще одна важная задача Партнерства — способствование профессиональной подготовке квалифицированных специалистов ювелирного дела. С этой целью ежегодно в два этапа: эскиз и готовая работа — проводится конкурс молодых художников-ювелиров «Блестящее Будущее» среди учащихся Художественно-профессионального лицея. Победители награждаются ежемесячной стипендией от Ассамблеи Ювелиров, а также получают возможность пройти практику на производственных предприятиях в составе Партнерства с реальной перспективой дальнейшего трудоустройства. В этом году Лицею исполнилось 65 лет. К юбилею альма-матер многих из сегодняшних успешных директоров петербургских ювелирных предприятий Ассамблея готовит подарки и поздравления заслуженным мастерам и педагогам. На праздничном вечере Ассамблеи эту инициативу горячо поддержал прези-

дент Ювелирного завода «Альфа» Николай Шайдулин.

В качестве почетных гостей на празднике присутствовал генеральный директор компании «Алмос» (Москва) Сергей Щепотьев, а также главный редактор журнала «Русский Ювелир» Владимир Пилюшин. Поздравив Ассамблею с девятой годовщиной, Сергей Щепотьев выразил желание со временем вступить в такое дружное Партнерство и объединить усилия не только с целью развития бизнес-сотрудничества, но и для более эффективного решения важных проблем российской ювелирной отрасли.

Несмотря на общее неформальное, праздничное настроение, поддерживаемое мелодичными пассажами музыкантов группы «МузМастер», гости вечера не упускали возможность поговорить о деле, обменяться мнениями и поделиться опытом.

Одной из ключевых тем делового общения Партнеров стали проблемы конкурентоспособности отечественного производителя ювелирных украшений в современных условиях рынка, выработка совместной стратегии эффективной маркетинговой политики, соответствующей новой ситуации, связанной с приходом на рынок компаний — поставщиков недорогих ювелирных изделий производства Гонконга, Китая и Турции и их агрессивными методами продвижения. Говорили о том, как важно грамотно использовать конкурентные преимущества ювелирных изделий петербургских производителей, информируя о них розничного покупателя. Такими преимуществами являются: гарантия высокого качества, четкое соответствие требованиям ГОСТа, экологичность используемых материалов, соответствие информации на бирке реальным характеристикам камней-вставок.

Слово «кризис» то и дело звучало между поздравлениями и торжественными речами. Все еще чувствуется беспокойство завтрашним днем и ностальгическая грусть по беззаботным временам устойчивого экономического роста в недавнем прошлом. Но компании в составе Партнерства достойно выдержали самый болезненный удар, выстояли и сегодня помогают друг другу справляться с последствиями финансово-экономических потрясений последних двух лет.

На сцене мирового бизнеса царят жестокие законы: недобросовестная конкуренция, черный пиар, путь к вершине по головам вчерашних партнеров. «Дружба дружбой, а табачок врозь» — классическая формула. Но, несмотря на в чем-то разные интересы, возможности и бизнес-амбиции, участники Партнерства верны своему «кодексу чести». В открытых дискуссиях высказываются откровенные суждения, а в решении даже самой противоречивой проблемы всегда находится компромисс. И по прошествии девяти лет совместной деятельности никто из Партнеров не сомневается в нужности и значимости такого объединения. С прежним воодушевлением строятся планы на будущее, и лишь с долей шутки прозвучали слова одного из директоров о том, что 100-летний юбилей Партнерства отметят уже внуки и правнуки участников сегодняшнего вечера, продолжая достойное начинание своих дедов.



Итоги осенней серии аукционов фирмы «Кюнкер» (Kuenker) № 174–179

После аномально жаркого лета осень принесла не только долгожданную прохладу, но и очень активный сезон нумизматических аукционов.



Осенняя серия торгов фирмы «Кюнкер», которая в этом году проходила с 27 сентября по 1 октября, традиционно вызывает интерес как показатель активности рынка, уровня цен и прогнозов на следующий год. В этом году число европейских и российских покупателей было приблизительно равно, а по активности наши соотечественники даже уступали европейским коллегам, так что можно с уверенностью сказать, что европейский рынок восстанавливается ускоренными темпами. Итак, об итогах аукциона и общем настроении торгов.

Аукционная неделя началась, как обычно, с античных монет: Древняя Греция, Рим и Византия. Торги прошли успешно — из 1252 лотов не было продано всего 6. В следующей части аукциона были выставлены монеты Европы и всего мира. Особое внимание вызвала уникальная коллекция Гамбурга, Любека, Шлезвиг-Гольштейна и других территорий известного немецкого коллекционера Зигфрида Ширхорна (Siegfried Schierhorn). Ей был отдельно посвящен целый каталог.

Наиболее интересными лотами этих аукционов были две золотые монеты Гамбурга номиналом 2½ (лот № 5015) и 5 дукатов (лот № 5014), которые до этого продавались только в 1969 году. При стартовой цене 25 и 50 тыс. евро они были проданы за 55 и 100 тыс. евро соответственно. Двойной талер времен Леопольда I 1680 года, Гамбург (последняя продажа в 1970 году, Нью-Йорк), при стартовой цене 10 тыс.

евро был продан за 30 тыс. евро (лот № 5171). Столько же заплатили за двойной талер Гольштейна 1622 года, выпущенный на смерть Герцога Иоанна (лот № 5745). Такой двойной талер в этом состоянии не появлялся на рынке с 1939 года. Конечно же, такое превышение стартовой цены объясняется абсолютной уникальностью этих монет. Учитывая отчаянную борьбу и напряженность торгов, новые владельцы не скоро пожелают расстаться с этими вещами.

В общем, эти три аукциона сразу задали старт и дали объяснение общей атмосфере, которая преобладает сейчас на рынке коллекционирования и нумизматики в частности. Огромное количество свободных денежных средств, с одной стороны, и отсутствие альтернативы в инвестиционных инструментах, с другой, создают приток новых покупателей из России, Америки и стран Юго-Восточной Азии, подталкивая стоимость монет вверх.

В первой половине четвертого аукционного дня шли торги золотых монет мира и Кайзер Рейха. Как раз в этот день был достигнут очередной рекорд по цене на золото, так что высокими ценами на золотые монеты удивить кого-то было трудно.

Наибольший интерес для нас вызвал лот № 7239: 3 марки 1917 года, Саксония, выпущенные на 400-летие Реформации. Тираж этой монеты всего 100 экз. Покупателем оказался немецкий коллекционер, присутствовавший в зале только в ходе торгов этого лота и, очевид-



но, приехавший именно за данной монетой. При старте 40 тыс. евро ему удалось купить ее за 70 тыс. евро.

Во второй половине дня прошла наиболее интересная для российских коллекционеров часть — торги российских монет и медалей. Была выставлена большая подборка российских монет из меди, серебра и золота, а также медали от Петра I до советского времени. Топ-лотом аукциона стала золотая монета — ½ империял 1895 года (лот № 8649), всего их было выпущено 36 экз. Окончательная цена лота составила 140 тыс. евро.

К огромному сожалению, медный новодел рубля 1771 года (Сестрорецкий рубль) с экспертизой г-на Брекке при стартовой цене 40 тыс. евро не нашел своего покупателя.

В этот раз впервые фирма «Кюнгер» сделала отдельный аукцион по бумажным денежным знакам. Надеемся, что впоследствии это станет традицией, так как был явно виден интерес к данным торгам со стороны отечественных и со стороны европейских покупателей в особенности. Конечные цены по некоторым позициям отличались от стартовых в 2–3 раза. Мне кажется, в первую очередь это было вызвано тем, что многие банкноты в превосходном состоянии не встречались до этого в открытой продаже несколько лет.

В целом, итоги торгов позволяют сделать вывод о том, что если год назад финансовый кризис был, пусть и не критично, но ощутим при торгах, то сегодня он явно остался в прошлом. Пожалуй, основной тенденцией является появление все новых покупателей и расширение их географической принадлежности. Ну и, конечно, безусловный рост цен, в особенности на редкие и качественные монеты.

Следующий аукцион фирмы «Кюнгер» будет проходить уже в следующем, 2011 году, 27 января в Берлине. Учитывая, что в январе аукцион проходит только один день, на нем выставляются самые интересные вещи. Забегая немного вперед, скажем, что в этот раз «Кюнгер» подготовила коллекцию редких немецких талеров и монет Российской империи.



St. Petersburg

МОДА ПРОХОДИТ —
ДРАГОЦЕННОЕ ВЕЧНО



ПАЛЛАДИЙ —
МЕТАЛЛ БУДУЩЕГО

*Используем припой
без КАДМИЯ!*

Ювелирное предприятие
«ГРИНГОР»

тел.: (812) 318-18-99, 318-19-39

Санкт-Петербург, ул. Моисеенко, 22, лит. Д

gringor@mail.ru

Регистрационное удостоверение № 5031 выдано С-3 государственной инспекцией пробирного надзора



Wir machen Auktionen zum Erlebnis

We make Auctions an Experience

Сотрудничайте с нами –
выставляйте Ваши монеты у нас!

Более 10000 клиентов по всему миру доверяют нашему аукционному дому. Мы гарантируем Вам профессиональную обработку Ваших монет и медалей, ссылаясь на новейшие экономические стандарты, а также на многолетний опыт более 170 успешно проведенных аукционов. На наших аукционах, проходящих регулярно 4 раза в год, принимают участие тысячи клиентов.

Fritz Rudolf Kunker GmbH & Co. KG
Gutenbergstrasse 23 • 49076 Osnabrück
Germany • www.kuenker.com

Osnabrück • Berlin • Munich
Zurich • Moscow

First established as a numismatic trading company in 1971, today we have achieved a solid reputation among the leading coin and medal auction houses of Europe.

More than 10,000 clients worldwide place their trust in us. Our company's first auction was held in 1985, and we can look back on a positive track record of over 170 auctions since that time.

How can you participate in our Auctions?

- Personally
- By Internet
- By phone
- By letter, fax or e-mail

It would give us a great pleasure to welcome you here in Osnabrück.



Fritz Rudolf Künker



Berlin Auction, January 27, 2011



COUNTY NEUENAHRE
Adolph, 1578–1589. 1½ Reichstalerklippe 1583, Werl. Unicum of fine condition. Almost extremely fine.



scaled
down

RUSSIAN EMPIRE
Alexander II., 1855–1881. Gold medal 1869 by V. Alexeev and P. Mescheryakov, on the 100th anniversary celebration of the foundation of the order of St. Georg. Very rare. Extremely fine.





«Р.О.С.ЮВЕЛИРЭКСПО»

В культурно-выставочном центре «Сокольники» с 3 по 10 сентября состоялось ежегодная Московская международная ювелирная и часовая выставка «ЮВЕЛИР-2010». Ее организатором является ЗАО «Р.О.С.ЮВЕЛИРЭКСПО». Выставка «Ювелир» хорошо известна как розничным покупателям, так и оптовикам, что дает высокий уровень продаж и большое количество деловых контактов. Помимо этого, экспозиция приобрела новое звучание благодаря обновленному дизайну павильонов: просторные светлые залы, беседки для отдыха, переоборудованные кафе. Были организованы и интереснейшие семинары для большого числа участников, организованные Международным Бизнес-центром «6 карат». Всеобщее оживление, царившее на выставке, позволяет и участникам и организаторам с оптимизмом смотреть в будущее ювелирной отрасли.

JUNWEX Москва: план победы



11 сентября 75-й павильон ВВЦ гостеприимно распахнул свои двери для ювелиров — и работа закипела!

В первый день состоялось торжественное открытие выставки. По сложившейся традиции первым взял слово Валерий Васильевич Будный. Он пожелал всем участникам успешной трудовой недели, с гордостью отметив, что на этот раз выставка соберет более 5500 членов Клуба «Российская Ювелирная Торговля» и множество специалистов оптовой и розничной торговли из всех регионов России.

Свои поздравления и приветствия к началу выставки в Оргкомитет направили Газтано Кавальери, президент Всемирной Конфедерации Ювелиров CIBJO, Эли Айзикив, президент Всемирного Алмазного Совета, Валерий Афанасьевич Язев, заместитель председателя Государственной думы РФ, Владимир Петрович Страшко, вице-президент ТПП РФ.

Осенняя выставка интересна тем, что на ней можно ознакомиться со всеми новинками и творениями отечественных мастеров. Здесь и проверенное временем качество костромских предприятий, и новый

взгляд на украшения уральских мастеров, и работы петербургских ювелиров, продолжающих традиции мастеров дореволюционной петербургской ювелирной школы.

Всемирно известные «Смоленские бриллианты» представили свою новую коллекцию из белого золота с бриллиантами Aqua. Рассматривая украшения этой коллекции, словно погружаешься в стихию воды с ее каскадами, водопадами, дарящими прохладу и свежесть.

«Ювелирный Дом «Екатеринбург» представил свой совместный проект с Вячеславом Зайцевым — интересную коллекцию из палладия. Вот что о ней сказал известный модельер: «Идея абсолютно увлекла меня, и я сделал серию эскизов, проникнутых общей идеей и эстетикой. Эта линия конструктивна, утонченно-изысканна и очень актуальна для новых тенденций. Сейчас в ювелирном мире демонстрируется высочайшее мастерство, в основе которого лежит конструктивизм, построенный на тонких линиях. В нем воплотились традиции русского



САМОРОДОК®

ЮВЕЛИРНОЕ ПРОИЗВОДСТВО



Коллекция "Доступная роскошь"

191167, Россия, Санкт-Петербург

ул. Атаманская 3

тел./факс +7 (812) 309-03-30

+7 (812) 309-37-73

+7 (812) 578-88-62

+7 (812) 578-87-68

моб. +7 (911) 929-23-32

sale@samorodok.com

shop@samorodok.com

www.samorodok.com



искусства начала XX века, столь актуальный сегодня супрематизм. Его представители Кандинский и Малевич, одни из самых дорогих художников в мире, были весьма яркими и универсальными творцами, необыкновенно авангардными, что делает их творчество до сих пор актуальным. То, что я воплотил в эскизах, специалисты компании сделали блестяще: насытили профессиональным мастерством, умением чувствовать взаимоотношения линий с объемами. Мне это понравилось. Считаю, это первый проект, который может получить развитие и яркое воплощение».

Еще одной жемчужиной выставки стали украшения MODi.next от компании «РИНГО». Это продолжение известной коллекции «Моди» художника Сергея Королева, она навеяна шедеврами живописи Амедео Модильяни.

По сложившейся традиции ежегодно в середине сентября Оргкомитет выставки чествует заслуженных представителей ювелирной отрасли, внесших неоценимый вклад в развитие ювелирной промышленности РФ. В этом году награда присуждена: Тарасу Гавриловичу Десяткину, Почетному президенту ОАО «Золото Якутии», Герою Социалистического Труда; Валерию Васильевичу Сорокину, генеральному директору ОАО «Костромской Ювелирный Завод»; Грачу Саркисовичу Авакяну, генеральному директору Торгового Дома «Адамант»; Аркадию Леонидовичу Гутерману, генеральному ди-

ректору ООО «Костромская Ювелирная Фабрика «Топаз»; Гагикю Гургеновичу Геворкяну, президенту Ювелирного Дома «Эстет».

Безусловно, главная задача выставки — не просто продемонстрировать свои новые коллекции, изучить и оценить текущую ситуацию на рынке, но и заключить договоры на поставку продукции в торговые сети. Но выставка предоставляет уникальную возможность решать задачи не только своей компании, но и отрасли в целом. В самом деле, когда и где еще можно собрать в одном месте руководителей предприятий — как крупнейших в стране, так и представителей среднего и малого бизнеса? А во время выставки появляется возможность обсудить проблемы, стоящие перед отраслью, и попытаться выработать пути их решения. «JUNWEX Москва» отлично использовала эту возможность — «РЕСТЭК JUNWEX» совместно с Гильдией ювелиров России провел отраслевую конференцию «Стратегии инновационного развития национального ювелирного рынка и модернизации отечественного ювелирного производства». Результатом конференции стало решение о подготовке аналитического доклада для правительства Российской Федерации о состоянии дел в отрасли, предложены пути стимулирования инвестиций в модернизацию ювелирной промышленности и обеспечения ее инновационного развития.



ВАШ ПРОВОДНИК В МИР ЮВЕЛИРНОГО ПРИЗВОДСТВА



Лучшие украшения России



Брошь «Туча», ООО «Ювелирный дом Костромановелмир».
Автор Борис Колесников.
Второе место в номинации «Драгоценная фантазия».
Золото 750°, бриллианты, сапфир

Кольцо «Возрождение», ООО «Ювелирный дом «Эстет».
Автор Сергей Клементьев.
Первое место в номинации «Путешествие во времени».
Золото 750°, турмалин, бриллианты



Иудейские обручальные кольца, ЗАО «Ювелирный дом «Садко».
Автор Анастасия Суханова.
Второе место в номинации «Культовые произведения».
Серебро 925°, золотение 999°, сапфиры



Коллекция «Пернатые истории», ОАО «Ювелиры Урала».
Автор Сергей Елфимов.
Первое место в номинации «Природные мотивы».
Золото 750°, бриллианты, драгоценный жемчуг, рудин,
сапфир, изумруд, горные эмали



Комплект украшений «Симфония»,
ООО «Ювелирный завод «Каст».
Автор Вера Васильевна Чернова.
Тран-при конкурса «Лучшие
украшения России».
Золото 585°, черное и белое
родирование, бриллианты



Кольцо «Мелкое сердце»,
ООО «Ювелирная группа «Смоленские бриллианты».
Автор Алексей Моисеенков.
Первое место в номинации «Кольцо».
Белое и желтое золото 750°, белые бриллианты,
желтый бриллиант fancy yellow



Гарнитур «Снежная королева», ЮЗ «Тулупов».
Первое место в номинации «Бенефис камня».
Золото 750°, бриллианты, природные сапфиры



Коллекция подвесок «Знаки зодиака», ЮЗ «Млатина».
Автор Татьяна Майкова.
Третье место в номинации «Коллекция сезона».
Золото 585°, топаз, хризолит, гранат, цитрин



Гарнитур «Раздвоение», ООО «Ювелирный дом».
Автор идеи Вячеслав Зайцев.
Первое место в номинации «Современные тенденции».
Палладий 500°, жемчуг, бриллианты, оникс, перламутр



Гарнитур «Гейша»,
Торговая марка «Александрит».
Автор С. В. Джерин.
Второе место в номинации «Этнические мотивы».
Золото 585°, бриллианты



Коллекция брошей «Приданое»,
ОАО «Ювелиры Урала».
Автор Светлана Александровна Сахненко.
Второе место в номинации «Во славу Фаберже».
Золото 750°, бриллианты, хризопраз



КОНКУРСЫ

Коллекция изделий с текстилем «Нарыйя».
ООО «ЮК «Звезда Якутии».
Автор Наталья Нолына.
Первое место в номинации «Этнические мотивы».
Серебро, текстиль (ручная роспись)



Сувенирный набор «Марский»,
ЗАО «Северная Чернь».
Автор А. Н. Тельтевский.
Первое место в номинации «Ювелирные образы России».
Серебро 925°, золото 0,5мкн, гранат



Рюмки «Бабочки», «Аквариум», ОАО «Русские Самоцветы».
Второе место в номинации «Ювелирный подарок».
Серебро 925°, позолота 999°, горячая эмаль

Икона «Георгий Победоносец», ООО «Ростовская эмаль».
Авторы: М. Маркина, Н. Балусва, А. Балусев.
Первое место в номинации «Культовые произведения».
Серебро, хризопразы



Собор Василия Блаженного,
ОАО «Красносельский ювелирпром».
Автор Р. А. Медведев.
Первое место в номинации
«Ювелирные образы России».
Серебро 925°, эмали, золочение, финифть,
эмаль, гальванопластика



Письменный набор,
ювелирная компания «АМАЗ-ХОЛДИНГ».
Автор Татьяна Жаркова.
Первое место в номинации
«Во славу Фаберже».
Золото 750°, нефрит, горячая эмаль,
бриллианты, хромдиоксид



Екатеринбург — центр ювелирной моды России!

На «JUNWEX Москва» гости и участники выставки отпраздновали День екатеринбургских ювелиров. Нужно сказать, что это не первый проект уральских ювелиров — впервые День екатеринбургских ювелиров был организован в мае 2008 года и прошел довольно успешно на выставочной площадке Гостиного Двора. Затем почин поддержали другие регионы: Якутия, Костромская и Калининградская области. А в 2009 году выставки «JUNWEX Москва» переезжают на новую площадку — ВВЦ, и осенняя выставка становится крупнейшим отраслевым мероприятием в стране. Стало очевидно, что в рамках такого масштабного мероприятия необходим другой подход к организации проекта. И в 2010 году мы его увидели.



Прежде всего нужно было собрать команду единомышленников. Конечно же, для проведения масштабного проекта помощь администрации города, поддержавшей идею Дней екатеринбургских ювелиров, была важна, но нужно было собрать именно команду из предприятий, представляющих наш регион как один из исторических центров ювелирной отрасли. Ведь здесь очень важно понимание руководителями самой идеи мероприятия, где на первое место ставится продвижение региона и только потом представление интересов своего предприятия. «Своя рубашка ближе к телу» — достаточно существенный барьер на пути решения многих бизнес-задач. В 2010 году в разработку концепции мероприятия и участие в программе Дня екатеринбургских ювелиров занимались: ОАО «Ювелиры Урала», ООО «Ювелирный Дом», ЗАО ПКФ «Эрми» (ТМ «РИНГО»), ООО «ЮвелирГолд», ООО «Ювелирная компания «Драгоценности Урала», ООО «Ювелирная Фабрика «Карат», ООО «Уральская Ювелирная Компания — ОПТ», «eT'delio» ООО «Гелиос-опт», ООО «Екатеринбургювелирпром», ООО «Золотой Век», Ювелирный Дом «Тулупов», «Золото Урала», ООО «ОРОКРЕАТО», ООО «НОРИКО» и Rus Pearls.

Вся программа состояла из двух блоков. Первый — деловой, в рамках которого прошло официальное открытие Дня екатеринбургских ювелиров и знакомство гостей проекта с продукцией предприятий. День Екатеринбурга на выставке открыли В. В. Будный, генеральный директор медиа-холдинга «РЕСТЭК JUNWEX», Н. И. Тимофеев, президент компании «Уралдрагметхолдинг»; С. В. Агафонова, начальник Уральской государственной инспекции пробирного надзора; В. В. Контеев, заместитель главы Екатеринбурга; Т. Н. Мунтян, член Высшей Экспертной Коллегии РИА «РосЮвелирЭксперт», искусствовед Музеев Кремля; А. Г. Иванюк, председатель Совета ассоциации «Гильдия ювелиров России»; В. И. Моспан, руководитель Российской государственной пробирной палаты. Второй блок — рекламный, который в течение всего дня 12 сентября привлекал внимание розничных и оптовых потребителей выставки, которых прошло в этот день более 9 тысяч человек. День завершился сначала розыгрышем призов среди розничных покупателей, которые сделали покупки на стендах екатеринбургских компаний, а потом был проведен розыгрыш призов среди представителей компаний оптовиков.

Кладовая сокровищ

Якутские ювелирные компании достойно представили свою ювелирную продукцию на едином стенде под брендом «Ювелиры Якутии» на выставке «JUNWEX Москва».



День ювелиров Якутии, прошедший 13 сентября, начался с показа фильма о республике, которая располагает уникальными минерально-сырьевыми ресурсами. Постоянный представитель РС (Я) в Москве Александр Константинович Акимов выступил с докладом о развитии ювелирной и золотодобывающей промышленности. Он подчеркнул, что только в Республике Саха сложилось уникальное сочетание факторов, способствующих динамичному развитию отрасли: богатые месторождения золота и алмазов, добыча золота, своя школа обработки ценных металлов. Председатель комитета Торгово-промышленной палаты Валерий Рудakov в своем выступлении отметил, что становление и развитие ювелирной промышленности связано прежде всего с ювелирной компанией «Золото Якутии» и ее основателем, Героем Социалистического Труда Тарасом Гавриловичем Десяткиным. Генеральный директор ОАО «Золото Якутии» Александр Афанасьевич Федоров отметил, что объединение якутских ювелиров на крупных выставках создает положительный имидж республики. Генеральный директор ООО «Саха Таас» Изабелла Брониславовна Солтыс внесла предложение правительству РС (Я) изыскать возможность открытия в Москве магазина под брендом «Ювелиры Якутии».

Республику на выставке представили: ГУП «Комдрагметалл РС (Я)», ОАО «Золото Якутии», ООО «Ювелирная сеть ЭПЛ Даймонд», ООО «Сахаювелир», «Оьуор утум» (ИП Заболоцкий М. И.), «Си-

мэх» (ИП Осипов В. В.), ЮФ «Уран Саха» (ИП Егоров Л. М.), ИП Эверстов Г. Е. («Айар Уус»), ООО «Саха Таас», ИП Иванов Ю. Н., ООО «Драгоценности Якутии», ЮК «Звезда Якутии».

Как отмечают все участники выставки, спрос на дорогие изделия премиум-класса и эксклюзивные ювелирные изделия снизился, что является последствием финансового кризиса 2009 года и продолжающимся ростом цен на золото в 2010 году. Наибольшим же спросом пользовалась ювелирная продукция в следующем диапазоне цен: с цветными драгоценными и полудрагоценными камнями — от 3 до 20 тыс. рублей; бриллиантовая группа — 20–50 тыс. рублей; востребованы также сертифицированные бриллианты.

На выставке предприятиями республики реализовано ювелирных изделий на сумму 57,8 млн рублей. Заключено более 100 договоров на оптовую продажу ювелирной продукции, при этом большую часть договоров — 84 заключила компания «Золото Якутии».

Культурная программа организована Министерством культуры и духовного развития РС (Я). Под руководством Заслуженного деятеля искусств РС (Я) Л. И. Гоголевой, ведущих з. а. РС (Я) А. Амосова и В. Борисова состоялось костюмированное театральное представление «Легенда Севера». Компания «Звезда Якутии» представила новый взгляд на продвижение ювелирной продукции — гостям был показан фильм «Легенда о первом времени», а кульминацией праздника стал показ ювелирных украшений от компании-юбиляра «Золото. Избранное».





Торговый Дом «Агат» ПРЕДСТАВЛЯЕТ...

Большой театр всегда был и остается одним из основных символов величия нашей страны. Ведь он — главный национальный театр России, носитель традиций российской и центр мировой музыкальной культуры, осмысливающий классическое наследие в свете духовных запросов обновляющегося российского общества, способствующий развитию музыкального театра России.

Коллектив ювелирного завода «Агат» работает в убеждении, что для процветания нашей страны необходимо объединение всего народа на основе высших, общечеловеческих духовных ценностей, сохранения национальных традиций. Нужно ли пояснять, почему ведущие солисты Большого театра обратились с просьбой о поддержке в проведении концерта именно к ним? И почему «Агат» стал меценатом?

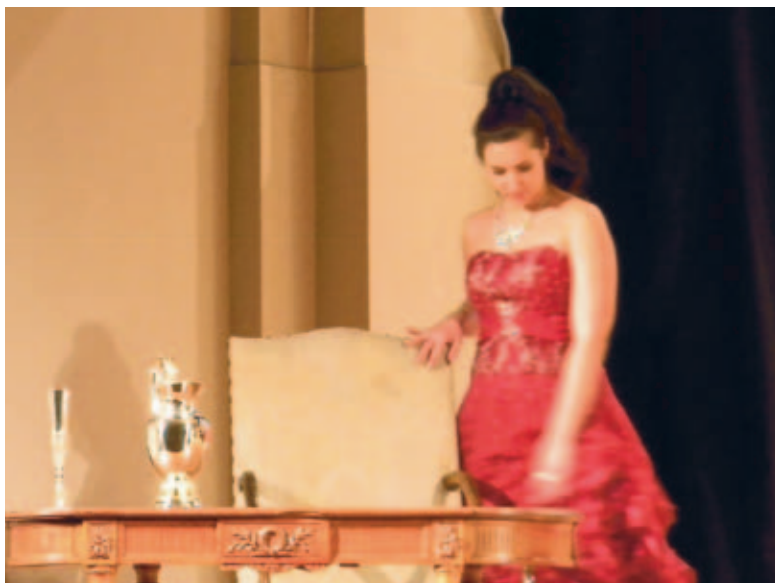
Неотъемлемой составляющей деятельности Большого театра является проведение камерных и симфонических концертов, опер в концертном исполнении, что позволяет знакомить публику с произведениями всех музыкальных жанров. И вот 16 октября в концертном зале российской Академии имени Гнесиных в рамках программы «Вокальные вечера» состоялся концерт «Молодые голоса России». В нем приняли участие солисты Большого театра Эльчин Азизов (баритон) и Оксана Лесничая (сопрано), а также дипломант международных и всероссийских конкурсов Валерия Петрова (фортепиано).

Эльчин Азизов — первый азербайджанец, ставший солистом знаменитого театра. Он выпускник Азербайджанского государственного университета искусств, прошел стажировку в центре оперного пения Галины Вишневской. В репертуаре молодого талантливого солиста Большого театра — ариозо и арии из известных опер русских и зарубежных композиторов, романсы А. Бородина, С. Рахманинова, П. Чайковского.

Оксана Лесничая окончила Московскую государственную консерваторию имени П. И. Чайковского, и в 2007 году состоялась ее дебют в Большом театре в партии Царицы ночи в опере «Волшебная флейта» В. А. Моцарта. Затем исполнила партию Ксении (Борис Годунов М. Мусоргского).

В программе концерта звучали арии, дуэты и сцены из опер П. Чайковского, Дж. Верди, С. Рахманинова, В. А. Моцарта, М. Глинки, Н. Римского-Корсакова и Ж. Бизе. Антураж фойе и сцены навел на мысли о неброском шике подлинной роскоши. Да и могло ли быть иначе, ведь весь реквизит — столовые серебряные сервизы для декораций солисты отбирали вместе с директором ТД «Агат» Натальей Петренко. Прогуливаясь по залам фойе, ценители прекрасного словно окунались в атмосферу прошедших столетий. В антикварных шкафах выставлены знаменитые коллекции ТД «Агат»: набор «Золотая осень» — реплика на сервиз, принадлежащий Зинаиде Юсуповой; «Тысяча и одна ночь» — набор изготовлен мастерами ювелирного завода «Агат» по мотивам старинной восточной посуды, в частности азербайджанских стаканов «Армуду». По своей форме стаканы напоминают классическую фигуру восточной женщины. Середина подобна ее талии — это самая тонкая часть стакана, отсюда и другое название «Богмалы», что в переводе означает «стесненный». Именно такие бокалы составляли парадные сервизы ханских и шахских дворцов; и, конечно же, сервиз «Царский» — особая гордость завода.

Зал, сцена, музыка, антураж — все слилось воедино и создало совершенно великолепную, очень цельную эстетику, выражающую суть роскоши, дух старины... И вот уже зритель погружен в это действо, он переносится в музыкальную атмосферу, внимает, сопереживает оперным героям, ведь музыка — единственный язык, который не нуждается в переводе, — на нем душа говорит с душою.



125040, Москва, Ленинградский пр., д. 8, оф. 315
Тел./факс +7 495 961 46 89, факс +7 499 257 02 72
e-mail: info@agat-zavod.ru, www.agat-zavod.ru





Пятая стихия

Огонь — сила, не знающая покоя, вечно изменяющаяся и все вокруг меняющая. Сила творчества.

Вода — спокойствие, постоянство движения. Не изменять, а отражать увиденное. Созерцание.

Воздух — движение, небо, даль, пространство. Душа.

Земля — реальность мира. Жизнь.

*Согласно представлениям древних,
Весь мир образуют четыре стихии —
Огонь, Земля, Воздух и Вода,
и все предметы, явления, сущности
нашего мира представляют собой
смесь этих стихий в разных пропорциях.*

Как в «небесной канцелярии» определяют пропорции, по какому рецепту готовился 2010 год, нам неизвестно. Почему все соединилось в лютые морозы, извержения вулканов, необычайную жару и обильные дожди? Неукротимые стихии лишь напоминают о том, что образует наш мир и как образуются наши характеры, помыслы и дела.

Для ювелиров же запоминающимся буйством стихий стало празднование дня рождения компании





Choron Diamond. На лоне природы друзья, партнеры и коллеги компании-юбилера стали свидетелями того, как четыре стихии дали начало новой — бриллианту Choron.

Гостей, приехавших в Royal Bar на Ленинградском шоссе, встретили свежий воздух, водная гладь, золотистый песок элитного московского пляжа с огненной дорожкой, ведущей к самому сердцу всего действия — роскошному шатру. Под звуки саксофона и скрипки гостей развлекал уличный театр. А бармены угощали коктейлями, рассказывая увлекательные истории их происхождения.

Программа вечера была поистине ошеломляющей. Лазерное шоу балета «Бионика» создало потрясающую обстановку и задало оригинальный темп вечера. Гармоничное сочетание света, тени и безупречная пластика танцовщиц позволили гостям окунуться в атмосферу каждой из стихий. Дей-

ство напоминало легкую феерию, переносящую гостей в сказочную реальность. В очередной раз генеральный директор Choron Diamond Раджеш Ганди произнес свой фирменный «тост», и пятеро гостей нашли в своих бокалах бриллианты — ну как после этого усомнишься в том, что ты побывал в сказке?

Управлял вечером «золотой голос MTV Россия» Майк Айсман.

Феерию красок, света и захлестывающих эмоций продолжили группа «Винтаж», Стас Пьеха и DJ Katrin Mogo, под чьи зажигательные и лирические мелодии гости танцевали до самого утра.

Согласно древним индийским легендам, алмаз образуется из «пяти начал природы»: Земли, Воды, Неба, Воздуха и Энергии. Мы верим этой легенде, потому что из четырех стихий природы и огромной энергии Раджеша Ганди произошло рождение прекрасного бриллианта CHORON.



НИКА. «Магия Семи»

**Цифру семь всегда связывали с удачей.
Иногда эту цифру называют знаком ангела.**



Удача приходит к умным, сильным и талантливым. Все эти эпитеты идеально подходят к часовой компании «НИКА», которая, завершив ребрендинг, отметила семь лет со дня создания фирмы и начала новый виток триумфального шествия в индустрии роскоши, — его мы наблюдали в дни ювелирной выставки «JUNWEX Москва».

Приятно было стать свидетелем этого волшебного превращения. Каждый, кто побывал на стенде этой российской часовой компании, отмечал, что «НИКА» никогда еще не была такой...

Какая теперь «НИКА», как выглядит сильный, успешный российский часовой бренд?

В первый день выставки «JUNWEX Москва» состоялась презентация нового образа. «НИКА» сменила «лицо», и каждая деталь, даже самая на первый взгляд незаметная, говорила об этом. Стенд, выполненный в изысканно-благородном стиле, комфортный ювелирный супермаркет, уютный лаунж-бар на втором этаже, имиджевые витрины с блестящими новинками этой осени, размещенные на фоне водопада, и инновация — интерактивный пол с часами «НИКА» гигантских размеров, отражающимися на поверхности перед стендом, привлечшими внимание не только взрослых, но и самых маленьких посетителей выставки. Радостные улыбки вызывали у прохожих малыши, пытающиеся поймать разлетающиеся в разные стороны стрелки часов и затем возвращающиеся на свои места!



Ни один атрибут нового фирменного стиля не остался без внимания. Образ крылатой богини сменил новый лаконичный и минималистичный фирменный знак, ставший воплощением лидерской позиции компании, динамичности развития, качества и безупречности исполнения ювелирных часов и аксессуаров, а имиджевый ролик на стенде «НИКА» раскрывал суть этих чудесных превращений. Жизнь на стенде просто кипела. Встречи с долгожданными партнерами, приехавшими со всех уголков России и СНГ, новые знакомства, приятные покупки и, конечно же, только позитивные эмоции!

Проделанная огромная работа больше всего заметна и ценна в мелочах, не столь видных изначально, но так необходимых в процессе деятельности. Спокойная обстановка нужна, чтобы обсудить важные вопросы, сделать небольшую паузу, и для этого был оборудован VIP-зал. Каждый клиент для «НИКИ» — это VIP-клиент, и они старались позаботиться абсолютно о каждом! В созданном VIP-зале можно было отдохнуть, выпить чашечку кофе, попробовать вкуснейшее швейцарское мороженое, почитать свежую прессу и, что важно, оставить свои вещи в индивидуальной сейфовой ячейке и быть уверенным в их сохранности. Кроме того, открывающаяся из окон зала прекрасная панорама настраивала всех гостей на особый лад, ведь пришедшая в те дни в Москву золотая осень создавала неповторимое настроение изысканного великолепия и торжества!

Вечером всех ожидала невероятная праздничная программа, оригинальная музыка, шоу барменов, праздничное угощение и теплая, дружеская обстановка лаунж-бара располагали к приятному отдыху и общению. Annie Sollange радовала своими вокальными импровизациями, а на почетном месте красовался праздничный торт со свечами в виде цифры семь!

Чаще всего на этом праздничные события и заканчиваются, но только не у компании «НИКА»! Потому что всех ждал следующий день, полный нетерпения, интриги и подготовки к торжественной церемонии награждения в честь семилетия компании «НИКА» — «Магия Семи». Покупатели наполняли именными купонами барабан: появилась реальная возможность стать обладателем путевки в одну из семи европейских стран! И все ждали день, когда можно было познакомиться с известным столичным шоуменом (имя которого все еще держалось в тайне). Вечер же окутывал волшебной аурой, созданной талантливым квартетом Jazzu House, исполнившим композиции в самых разнообразных стилях: джаз, дискленд, соул, свинг... Гости наслаждались оригинальными коктейлями. И конечно же, тортом — вкусным произведением искусства!

День церемонии награждения «Магия Семи». Ведущим церемонии был Иван Ургант, его зажигательные шутки никого не оставили равнодушным. Оглушительный смех и аплодисменты! Все радовались встрече с ним и возможности сфотографироваться на память.

Давайте присоединимся ко всем поздравлениям победителей розыгрыша «Магия Семи», обладателей путевок в замечательные европейские страны: Францию, Италию, Испанию, Германию, Англию, Швейцарию и Австрию — самого лучшего путешествия, путешествия своей мечты! Роскошным завершением дня стал праздничный фуршет с великолепным тортом и шампанским!

После столь убедительных фактов успешности компании ее учредители: Алексей Богданов, Тенгиз Саникидзе и Георгий Мордехашвили — охотно от-

крыли собравшимся секреты успеха «НИКИ», достигшей небывалого роста за сравнительно небольшой промежуток времени. Этому и была посвящена пресс-конференция: подведение итогов деятельности компании и обсуждение перспектив дальнейшего развития часового бизнеса в России.

История компании «НИКА» — это история успеха, доказательство того, что за семь лет можно:

— завоевать 1/3 рынка ювелирных часов в России (с учетом долей иностранных fashion-брендов);

— найти эффективную стратегию в условиях кризиса и успешно пережить его;

— решиться открыть в России именно часовое предприятие и именно в 2000-е годы, в то время, когда часовая отрасль переживала нелегкие времена (многие предприятия, как известно, приостанавливали свою работу, а на остальных все технологии и принципы работы были устаревшими).

Одной из самых обсуждаемых тем на этой пресс-конференции стал, конечно же, ребрендинг компании. Внимание аудитории привлек столь высокобюджетный проект, подтверждающий результативность своевременно принятых в компании антикризисных мер, позволивших вплотную перейти к продвижению бренда на российском и мировом рынках.

Закончилась выставка еще одним подтверждением правильности выбранного пути — победой в двух номинациях конкурса: второе место в номинации «Момент престижа» получили женские часы из новой коллекции «Шарм» и первое место в номинации «Лучшая коллекция массового производства» — женские часы из коллекции «Маркиза».

Лидерам присущи самые разные качества, а нам приятно было видеть одно из них: душевную щедрость, позволившую разделить свою радость со всеми и без утайки рассказать о многих секретах в работе, главные из которых — уникальные технологии, налаженное производство, эффективные маркетинговые стратегии и, конечно же, амбициозные планы на будущее!

Дерзайте, господа!



Михаилу Перхину — 150 лет

«Награждается Почетным знаком Мемориального фонда Карла Фаберже „150 лет Михаилу Перхину“ за выдающийся вклад в развитие российского ювелирного искусства и в связи со 150-летием со дня рождения золотых дел мастера Михаила Евлампиевича Перхина (1860–1903), руководителя главной мастерской фирмы Фаберже» — эти слова звучали под сводами ВВЦ во время чествования лауреатов ордена Михаила Перхина.



*Знак исполнен из серебра. Позолота, эмаль, рубины.
Заклеймен в Нижегородском пробирном управлении*

В 2009 году Мемориальный фонд Карла Фаберже учредил памятную награду «Почетный знак «150 лет Михаилу Перхину». Идея знака принадлежит Татьяне Фаберже и Валентину Скурлову. Эскизный проект и исполнение знака в металле осуществил кавалер ордена Карла Фаберже, ювелир высшей квалификации Сергей Иванович Квашнин.

Право на награду имеют в первую очередь кавалеры орденов Карла Фаберже и Денисова-Уральского, выдающиеся деятели ювелирного искусства, а так как Михаил Перхин был не только мастером производства, но и купцом 2-й гильдии, то и работники ювелирной торговли также могут претендовать на получение знака. Представление на награждение осуществляется кавалерами орденов Фаберже и Денисова-Уральского, общественными организациями, союзами ювелиров и обладателями ордена «150 лет Михаилу Перхину».

Председатель наградной комиссии — Валентин Васильевич Скурлов, ученый секретарь Мемориального фонда Карла Фаберже, полный кавалер ордена Карла Фаберже.

Заместитель председателя — Сергей Николаевич Полтораки, профессор, издатель журналов «Ювелирное искусство», «История Петербурга» и «Клио», кавалер ордена Карла Фаберже.

Члены комиссии:

Александр Николаевич Горыня, генеральный директор ювелирной фирмы «Грингор», кавалер ордена Карла Фаберже;

Владимир Витальевич Пилюшин, издатель журнала «Русский Ювелир», кавалер ордена Карла Фаберже;

Анатолий Иванович Перевышко, член Союза художников РФ, художественный руководитель галереи «Петербургский художник», кавалер ордена Карла Фаберже.

ЛАУРЕАТЫ ПОЧЕТНОГО ЗВАНИЯ МЕМОРИАЛЬНОГО ФОНДА КАРПА ФАБЕРЖЕ «150 ЛЕТ МИХАИЛУ ПЕРХИНУ», МОСКВА, ВВЦ



Флин Фаимович Гумеров, президент компании «Алмаз-Холдинг» (в центре), председатель наградной комиссии Валентин Васильевич Скурлов (слева), автор и исполнитель Почетного знака «150 лет Михаилу Перхину» Сергей Иванович Квашнин (справа)



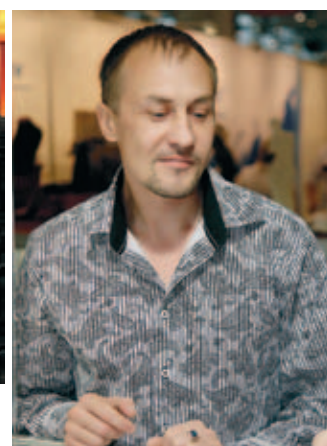
Андрей Юрьевич Сидоренко, генеральный директор НП «Группа АДАМАС», Москва



Николай Иванович Тешенёв, генеральный директор ювелирной фирмы «Циркон», г. Татанрол (второй слева)



Василий Анатольевич Симонов, генеральный директор «Сувениры Балтики», г. Калининград



Марк Александрович Балдин, художник-ювелир, г. Новосибирск



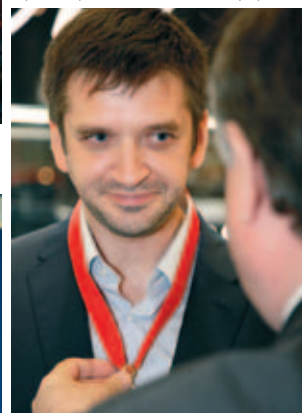
Юрий Анатольевич Фёдоров, руководитель фирмы «Юрий Фёдоров». Санкт-Петербург



Игорь Николаевич Журавлев, президент Ассоциации поставщиков товаров и услуг для ювелирной отрасли, генеральный директор компании «Санфир», Москва



Евгений Александрович Александров, генеральный директор ювелирной фирмы «Александров и Ко», г. Барнаул



Иван Иванович Иващенко, ювелир высшей квалификации, Москва



Вадим Чуркин, генеральный директор «Ювелирного дома «Екатеринбург», г. Екатеринбург



Юлия Владимировна Крутеева, организатор ювелирной торговли, г. Екатеринбург



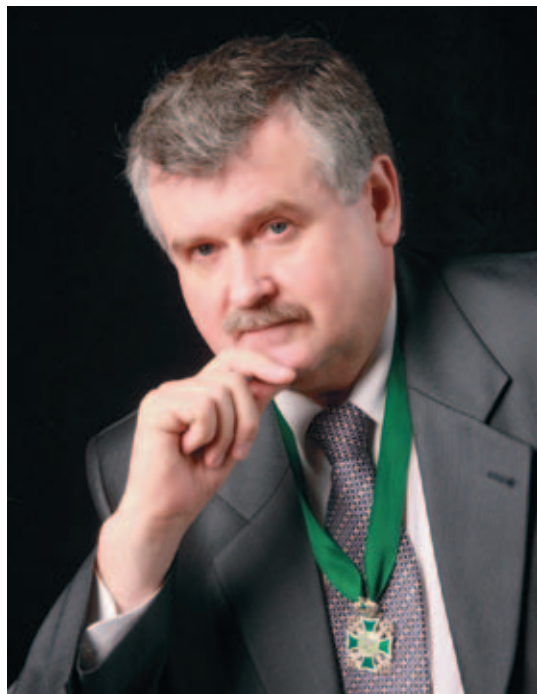
К юбилею Мастера

В октябре 2010 года отпраздновал свое 55-летие Сергей Иванович Квашнин. Он широко известен не только как художник-гравер, гравер по штампам, но и как проектировщик ювелирного инструмента: различные станки, вальцы, лобзики и штихеля — фирменная продукция мастера.

...**А** начиналось все в далеком 1967 году в художественной школе небольшого городка Шахунья Нижегородской области.

Именно в нем родился и провел свое детство Сергей Иванович. До сих пор он с величайшей благодарностью вспоминает своего преподавателя — художника-гравера Валерия Лаврентьевича Торопова (ныне Заслуженный деятель искусств), который привел его в профессию. Окончив школу, Сергей Иванович поступил в Павловское художественное училище, которое окончил с отличием в 1974 году, получив специальность гравера. Здесь была заложена база фундаментальных знаний по многим предметам. В совершенстве освоив такой предмет, как черчение, он научился правильно отображать свои конструкторские и дизайнерские идеи, что в дальнейшем очень помогло становлению Сергея Ивановича как профессионала своего дела. Многочему он научился у художника Ивана Федоровича Гришаева, преподававшего в училище рисунок. Иван Федорович окончил Московский институт декоративно-прикладного искусства у преподавателя книжной графики В. А. Фаворского, русского художника и теоретика искусства, выдающегося мастера русской гравюры и книжного дизайна. Ректором института в то время был выдающийся советский художник А. А. Дейнека — живописец, график и скульптор, педагог, вице-президент Академии художеств в 1962—1966 годах, Герой Социалистического Труда.

Окончив учебу, в 1974 году молодой специалист Сергей Квашнин поступает на работу гравером на Кировский электромашиностроительный завод им. Лепсе, где и проработает до 2000 года. С 1975 по 1977 годы — служба в армии. В это же время появляются его первые разработки разнообразного инструмента, среди которых и ювелирно-граверный. Во время работы на заводе с 1980 по 1985 учился и окончил художественно-графический факультет Костромского государственного педагогического института. С глубоким уважением вспоминает преподавателя, профессора, доктора наук, Заслуженного деятеля искусств Николая Александровича Короткова. А Народный художник России Аркадий Михайлович Колчанов привил Сергею Ивановичу творческий интерес к ксилографии (гравюра на дереве).



Уже в 1990 году Сергей Иванович представил свой инструмент на Всесоюзной выставке ремесел и увидел интерес к нему. Фактически он стал первым, кто начал производство ювелирно-граверного инструмента, приспособлений и оборудования. В 1993 году стажировался в двух ювелирных фирмах в Греции, в результате чего вырос еще больший интерес к своей профессии и открылись горизонты для дальнейшего роста. Основной вид деятельности, которым занимается художник уже 39 лет, — это штампы. Миллионы женщин носят украшения, которые были изготовлены с использованием его штампов. Стиль мастера узнаваем и в культовых ювелирных изделиях — крестах, ладанках и многих других. Запатентованным инструментом пользуются многие ювелиры. Инструмент и штампы отличаются неоспоримым качеством, которое придает мастеру колоссальный авторитет. Одно из основных направлений деятельности — работа в стиле К. Фаберже. За это в недавнем прошлом он был награжден орденом Карла Фаберже. В соответствии со статусом Почетного знака Сергею Ивановичу Кваш-

Студенческая работа Сергея Квашнина (фрагмент)

нину присвоено звание «Заслуженный ювелир», Почетный знак «Заслуженный деятель декоративно-прикладного искусства» (приравнен к III степени ордена). Удостоверение о вручении ордена подписали: Почетный председатель Мемориального фонда Карла Фаберже, кавалер ордена Карла Фаберже Татьяна Федоровна Фаберже и полный кавалер ордена Карла Фаберже Валентин Васильевич Скурлов.

На сегодняшний день Сергей Иванович — участник более чем 160 российских и международных ювелирных выставок. Он сотрудничает с большим количеством ювелирных фирм как в России, так и за рубежом. Лекции на темы «Современные ювелирные технологии», «Ювелирное искусство», которые читает Сергей Иванович Квашнин, пользуются большим интересом среди студентов, преподавателей художественных училищ, техникумов, институтов, университетов, а также мастеров, специалистов многих ювелирных предприятий и фирм. Сергей Иванович не хочет останавливаться на достигнутом — в его планах разработка и изготовление ювелирных изделий как массового производства, так и эксклюзивных высокохудожественных авторских работ, выполненных в технике эмаль-гильоше (рамки, пасхальные яйца и др.), а также орденов, медалей, знаков.

Сергей Иванович воспитал дочь Светлану и сына Александра, которые пошли по стопам отца. Светлана окончила художественную школу. С 2001 по 2005 училась в КХХОМе (село Красное-на-Волге), который окончила с красным дипломом. Сейчас Светлана учится на 6 курсе МГЭИ на отделении графического дизайна. Участница и дипломант международных молодежных ювелирных выставок. Сын Александр окончил художественную школу, ныне он студент 4 курса Вятского государственного университета — специальность «Экономика и управление». Управляет современными технологиями и оборудованием в семейном ювелирном производстве.

В 2010 году Сергей Иванович Квашнин был награжден Почетным орденом Мемориального фонда Карла Фаберже «150 лет Михаилу Перхину» за выдающийся вклад в развитие российского ювелирного искусства и в связи со 150-летием со дня рождения золотых дел мастера Михаила Евлампиевича Перхина (1860—1903), руководителя главной мастерской фирмы Фаберже. Сергею Ивановичу присвоено звание «Ювелир высшей квалификации». Удостоверение о вручении подписал полный кавалер ордена Карла Фаберже Валентин Васильевич Скурлов.

В марте 2010 года принят в члены Союза художников России, в члены Международной Ассоциации Изобразительных искусств — АИАП ЮНЕСКО.

Редакция журнала «Русский Ювелир» от всей души поздравляет Мастера с юбилеем и желает ему достичь тех высот в творческой деятельности, которые он наметил для себя. Сергей Иванович своим творческим отношением к делу, смелостью и оригинальностью идей и бесконечным трудолюбием показывает нам, что «невозможно» — лишь громкое слово, за которым порою прячется человек.

Идите к своей цели, и все получится!



Студенческая работа Сергея Квашнина



Крест. Серебро, рубины, изумруды, сапфиры, цирконы, эмаль. Автор Сергей Иванович Квашнин, 2007

Пасхальное яйцо «Рассвет у моря». Совместная работа Сергея Ивановича и Светланы Сергеевны Квашниных



Пасхальное яйцо «Мал в вечность». Совместная работа Сергея Ивановича и Светланы Сергеевны Квашниных



5-я Московская международная ювелирная выставка
Moscow Jewellery International



11-14
ноября 2010

ЗОЛОТОЙ ГЛОБУС

При поддержке Союза участников рынка драгоценных металлов и драгоценных камней,
Конфедерации объединений ювелиров стран Содружества,
Российской академии художеств,
Международной ассоциации «Союз дизайнеров»

*Прекрасная возможность
сделать закупки
у ведущих производителей
в преддверии новогодних
и рождественских продаж.*



МВЦ «Крокус Экспо», I павильон, зал №4

М Мякинино (выход на территорию комплекса)

Дирекция выставки: +7 (495) 983-06-71, 980-48-85

E-mail: globe@crocus-off.ru, fest@j-r.ru

www.goldenglobe.ru, www.j-r.ru

реклама

Организаторы:

КРОКУС ЭКСПО
Фест

Генеральный партнер выставки:

Страховая компания ювелирной отрасли РФ
БЕЛОКАМЕННАЯ
страховая компания

Партнер выставки:

Часовой Бизнес

Официальные информационные
спонсоры:

ЮВЕЛИРНОЕ БВ



ПРОГРАММА ЮВЕЛИРНАЯ РОССИЯ

junwex@restec.ru (812) 320-80-99, 303-98-60 www.rjexpert.ru

МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЮВЕЛИРНЫЕ ВЫСТАВКИ

2–6 февраля 2011
Санкт-Петербург, Ленэкспо

JUNWEX
ПЕТЕРБУРГ

25–29 мая 2011
Москва, ВВЦ, павильон 75

NEW
RUSSIAN
STYLE
**НОВЫЙ
РУССКИЙ
СТИЛЬ**

17–21 сентября 2011
Москва, ВВЦ, павильон 75, 69

JUNWEX
МОСКВА

ЮВЕЛИРНЫЕ ВЫСТАВКИ ФОРМАТА CASH&CARRY ДОПОСТАВКА ТОВАРА В ПРЕДДВЕРИИ СЕЗОННЫХ ПИКОВ ПРОДАЖ

18–21 ноября 2010
Екатеринбург, Атриум Палас Отель

JUNWEX
ЕКАТЕРИНБУРГ

24–28 ноября 2010
Санкт-Петербург, ЦВЗ «Манеж»

*Лучшие Украшения
России*
посвященная 150-летию
ювелира М. Е. Перхина

1–5 декабря 2010
Москва, ВВЦ, павильон 75

*Лучшие Украшения
России*

26–30 января 2011
Санкт-Петербург, ЦВЗ «Манеж»

*Лучшие Украшения
России*
ПИТЕР - ЮВЕЛИР

4–8 марта 2011
Москва, ВВЦ, павильон 75

*Лучшие Украшения
России*

16 - 21 ноября 2010

КОСК "Россия", Высоцкого, 14

Урал Ювелир

10-я Российская ювелирная выставка

ОБЪЕДИНЕНИЕ
УНИВЕРСАЛЬНЫЕ
ВЫСТАВКИ



Конкурс произведений
современного ювелирного
искусства

Основные номинации
конкурса:
"Новая форма",
"Стилевая линия"

Приглашаем принять участие!

Тел./факс: (343) 355-00-49, 355-01-49

e-mail: uvelir@unexpo.ru, www.unexpo.ru



МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
ЮВЕЛИРНАЯ И ЧАСОВАЯ ВЫСТАВКА

Ювелир-3

3 – 13 декабря 2010 года



КВЦ «СОКОЛЬНИКИ»
организатор «РОСЮВЕЛИРЭКСПО»
тел./факс: (495) 517 6673, 417 0204
<http://www.rosyuvlirexpo.ru>



МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
ЮВЕЛИРНАЯ И ЧАСОВАЯ ВЫСТАВКА

Ювелир-Весна

26 февраля – 9 марта 2011 года

КВЦ «СОКОЛЬНИКИ»
организатор «РОСЮВЕЛИРЭКСПО»
тел./факс: (495) 517 6673, 417 0204
<http://www.rosyuvlirexpo.ru>



МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
ЮВЕЛИРНАЯ И ЧАСОВАЯ ВЫСТАВКА

Ювелир-2

14 – 23 мая 2011 года



КВЦ «СОКОЛЬНИКИ»
организатор «РОСЮВЕЛИРЭКСПО»
тел./факс: (495) 517 6673, 417 0204
<http://www.rosyuvlirexpo.ru>



Ювелир-2011

МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
ЮВЕЛИРНАЯ И ЧАСОВАЯ ВЫСТАВКА
3 – 10 сентября 2011 года

КВЦ «СОКОЛЬНИКИ»
организатор «РОСЮВЕЛИРЭКСПО»
тел./факс: (495) 517 6673, 417 0204
<http://www.rosyuvlirexpo.ru>

Креативные «технари»

Московская осенняя выставочная пора была представлена не только ювелирными экспозициями, но и международной специализированной выставкой товаров и услуг для ювелирной отрасли «Ювелир-Тех-2010», прошедшей в третий раз.

В нашей статье мы хотели бы подробнее поговорить о том, какие цели, задачи ставили организаторы и подвести некоторые итоги их деятельности.



Ювелирное оборудование — несомненно, одна из важнейших составляющих при производстве драгоценных украшений, и павильоны технологического оборудования всегда были неотъемлемой составляющей всех проходящих в стране выставок. В силу известных всем обстоятельств, связанных с изменениями, проходящими в выставочном бизнесе, в 2007 году была организована Ассоциация «Поставщиков товаров и услуг для ювелирной отрасли». Она поставила перед собою цель организовать выставку формата b2b (только для специалистов) и предназначенную для производителей ювелирной продукции (ювелирные заводы и индивидуальные предприниматели, технологи и дизайнеры), специалистов ломбардов, а также представителей оптовой и розничной торговли ювелирными изделиями. Когда за дело берутся «технари» — в это выражение мы вкладываем все лучшее, что можно сказать о грамотных специалистах, далеких от сантиментов, прекрасно разбирающихся в сложных технических вопросах, то цели ставятся четкие, а пути выбираются прямые.

Цель создания выставки была озвучена сразу: создание и упрочение бизнес-платформы, на которой профессионалы ювелирной отрасли смогут встречаться, обмениваться опытом, заключать новые контакты и партнерские соглашения. «Ювелир-Тех» — это место, которое послужит отправной точкой для развития бизнеса, открытия новых возможностей роста производства и торговли. В этом году выставка проходила в ВВЦ, и это максимально приблизило ее к заинтересованным посетителям, а предложенный ассортимент охватывал практически все необходимое для современного оснащения как ювелирного производства, так и магазина. Немаловажной оказалась и поддержка таких организаций, как Российская государственная пробирная палата, Гильдия ювелиров России, Лига ломбардов и Межрегиональная Ассоциация ломбардов. По предварительным данным в выставке приняли участие около ста российских и зарубежных компаний. Хочется отметить множество полезных и приятных моментов в организации: экспозиция учебных заведений (лицей, училища, вузы, курсы и т. д.), предоставляющая возможность найти готовые кадры для своих предприятий, узнать, где можно реально повысить квалификацию своих сотрудников; специальные доски объявлений — своеобразная «биржа», где каждый посетитель сможет разместить свое объявление о поиске работы, наборе персонала, о продаже своего товара или поиске необходимых товаров и услуг; лекции, семинары, мастер-классы, десятки мероприятий в классе и на стендах экспонентов, а из приятного — бесплатный вход и бесплатное участие во всех мероприятиях деловой программы. Деловую программу хочется обсудить отдельно. Все дни в классе читались доклады, на стендах проходили семинары с практическими демонстрациями. Темы охватывали все сферы

Ш Б

М Н К

Ы М Б Ш

Б Ы Н К М

И Н Ш М К

С А П Ф И Р

Острота зрения = 1,0

WWW.SAPPHIRE.RU

К Н Ш М Ы Б И

Б К Ш М И Ы Н

Н К И Б М Ш Ы Б

Ш И Н К М И Ы Б

И М Ш Ы Н Б М К

деятельности ювелирных компаний, такие как: новая лигатура для сплавов серебра, пути снижения потери драгметаллов, ввоз-вывоз ювелирных изделий через границу, внедрение синтетических ярьков, ювелирный дизайн третьего тысячелетия, техника безопасности при покупке и продаже драгоценных камней. Особенно ценно то, что докладчиками были высококлассные специалисты, имена которых на слуху, и фирмы, которые они представляли, хорошо известны каждому: Фабио Эспозито Solidscape (США), Валерий Николаевич Милованов «Сапфир», Ия Имшинецкая «Международный Бизнес-центр «6 карат», представители компаний:

Indutherm (Германия), Bertoncello SRL (Италия), Lampert (Германия), ОТЕС (Германия), Gemvision (США), «Честер» (Москва), Компания «ТБСС», Геммологический центр МГУ.

Чтобы получить полное представление о «Ювелир-Тех-2010», мы решили задать несколько вопросов членам исполнительного комитета Ассоциации поставщиков товаров и услуг для ювелирной отрасли Сергею Юрьевичу Казанцеву, генеральному директору компании «Лассо», и Армену Альбертовичу Овчичеву, представляющему компанию «Ювелир Партнер».

Ясчитаю, что в этом году выставка прошла достойно, у нас немного сместились акценты по сравнению с прошлым годом: тогда основным мероприятием, на которое мы ориентировались, была выставка в Сокольниках. В конце года стало понятно, что лидерство переходит к ВВЦ, поэтому нам нужно было принять решение, на какой площадке, с точки зрения удобства наших посетителей, проводить выставку. Я считаю, что выбор сделан правильно, остались еще вопросы по поводу самого помещения, но мы решим их со временем. Радует то, что нам практически удалось создать атмосферу международных выставок, как например в Базеле, Виченце, когда рядом с основной ювелирной выставкой проходит отдельная выставка технологического оборудования. Мы считаем, что цели достигнуты, выставка получилась хорошая, все, кто хотел прийти, пришли, посетителей было достаточно, да и число экспонентов больше, чем в прошлом году.

Р. Ю.: Как Вы считаете, интерес к тяжелому оборудованию снижается?

Интерес как раз не снижается, снижаются финансовые возможности, увеличивается избирательность покупателей. В кризис людям приходится считать себестоимость более аккуратно. Иногда приходится идти на инвестиции, которые не планировались, просто чтобы выжить в конкурентной борьбе. Мне не показалось, что интерес снизился. Конечно, если брать статистику за последние годы, то продажи тяжелого оборудования уменьшились — это если брать поштучно. Но стали покупать более дорогое оборудование, тратить больше времени на его изучение, на выбор. Сейчас принимаются очень взвешенные решения, и такие продажи у нас выросли. Под дорогим оборудованием я имею в виду, например, оборудование для литья платины, большое, серьезное оборудование для непрерывного процесса литья, полный гальванический комплекс. Небольших компаний с сильно устаревшим оборудованием сейчас, наверное, мало, и они больше заинтересованы не в покупке



Сергей Владимирович Казанцев

нового и дорогого технического оснащения, а в использовании другой сферы услуг, такой например, как литье на заказ. Если же на этом рынке ты хочешь составить конкуренцию, ты должен лить так, как не умеют остальные, а для этого нужно более серьезное оборудование.

Р. Ю.: Появляются ли новые клиенты из посетителей выставки?

Да нет, это тот же ювелирный контингент, чаще всего знакомые люди, работающие в новых компаниях, перетекающие из одной компании в другую.

Стали появляться случайные для ювелирки клиенты, их интересуют проекты «под ключ», они фактически инвесторы, и если в прошлом году от их лица все переговоры проводили технологи, то теперь они приходят сами, отмечая, что технологов можно набрать всегда, но разобраться необходимо самому.

НАДЕЖНОСТЬ



8 (800) 200 22 28

бесплатный звонок по России

реклама

111116, Россия, Москва, а/я 4, Авиамоторная ул., д. 4, корп. 3
тел.: (495) 223-92-92, факс: (495) 362-53-25
e-mail: moskva@crystalit.ru

156000, Россия, г. Кострома, ул. Советская, 134/10
тел.: (4942) 32-12-81, факс: (4942) 32-55-62
e-mail: kostroma@crystalit.ru

157940, Россия, Костромская обл., п. Красное-на-Волге
ул. Луначарского, 2А, ТД «Метро»
тел.: (49432) 2-10-83, факс: (49432) 3-10-80
e-mail: krasnoe@crystalit.ru

620142, Россия, г. Екатеринбург
ул. Белинского, д.180, оф.18
тел.: (343) 376-15-53, 8 (912) 299-83-33
e-mail: ekaterinburg@crystalit.ru

официальный партнер
SWAROVSKI GEMS™

Р. Ю.: Как Вы считаете, какие сейчас в стране условия для бизнеса?

Для бизнеса условия очень плохие, с импортом проблемы, мы не можем гарантировать поставки, сроки, не можем гарантировать ничего. Таможня может изменять в течение года пошлину, что приводит из-за повышенных рисков к росту цен или к увеличению себестоимости изделий в ювелирной отрасли. Например, мы возим фотополимер, у него очень ограниченный срок годности, он засвечивается. Нам нужно везти его под заказ клиента очень быстро. Раньше это занимало две-три недели. С марта этого года таможня считает все жидкие вещества ядами, их необходимо отдельно сертифицировать, и все это очень долго и дорого: сроки увеличиваются от трех недель до полутора месяцев. При сроке годности три месяца мы рискуем остаться с испорченным продуктом.

Сложный это вопрос и пессимистичный.

Р. Ю.: Вы можете сказать, что происходит общее снижение интереса к выставкам?

Я бы так не сказал. Про ювелирные выставки говорить ничего не буду, а про технологические — нет, я не вижу снижения интереса. Изменения произошли, это да: на выставках многие компании продавали товар со стендов, мы перестали это делать очень давно, просто посчитав, что нам это невыгодно. Те, кто думал, что на выставках все дешевле, конечно, стали ходить реже.

Р. Ю.: Все фирмы имеют сайты, вся информация выложена, легко сравнить все цены. Зачем человеку идти на выставку?

На выставку идти важно: мы продаем не муку, не сахар, не дрожжи. Если вы покупаете эти компоненты, все равно на выходе вы получите хлеб. Если вы купите просто воск, лигатуру, формовочную массу и все остальное, не факт, что получите качественное литье. Рано или поздно вы его получите, но потери в ювелирке — это потери драгметалла, они столь существенны, что отпадает всякое желание экспериментировать, никто не хочет платить в два-три раза дороже. Раньше просто, не вдаваясь в подробности, покупали воск или тигель, по-

тому что он срочно нужен и это простые расходные материалы. А если говорить о большом, дорогом и сложном оборудовании, то решение о покупке было серьезным шагом, но решение покупать или не покупать принималось достаточно быстро. Сейчас это инвестиционный проект, требующий скрупулезных расчетов и детальной разработки. Человек, пришедший на выставку, хочет знать, какие появились технологии, что произошло нового, современного. Просто информация уже не нужна. Если человек собирается купить оборудование, а значит, готов заплатить деньги, он будет искать грамотного специалиста, досконально разбирающегося в вопросе, и получит максимум необходимой информации. А на выставку приходят поговорить сразу со всеми. Существуют товары, которые есть у всех поставщиков, но дорогое оборудование продается у официальных дистрибьюторов, имеющих эксклюзивные права в России и покупатели выбирают в конечном итоге не между поставщиками, а между производителями.

Р. Ю.: Конкурировать тяжело?

Есть разница в подходах к бизнесу, и никто не знает, какой путь правильный. Если бы знали, все были бы богатыми и счастливыми. Каждый выбирает свой путь.

Мы вообще стараемся идти своим, не похожим ни на чей. Один из путей, которым идут многие наши крупные компании, — это супермаркеты для ювелиров. Если бы у всех этих компаний были безграничные финансовые возможности и неограниченные площади, мы получили бы абсолютно одинаковые магазины, с одинаковым ассортиментом и через какое-то время с одинаковой ценой. У нас совершенно другой подход, мы работаем с поставщиками, которые нам предоставляют эксклюзивные права на продажу товара на территории России. Например, нас называют «резиновыми королями», но действительно, по продаже силиконов, мы лучшие. Предлагаем тем компаниям, которые считают нас конкурентами, работать с нами, стать нашими партнерами, а мы предоставим и скидки, и поддержку.

Р. Ю.: А где предпочитают покупать: там, где есть весь ассортимент, сразу все, даже с потерей в деньгах, но лишь бы не ездить по разным местам, или?..

Любой ювелир, который приехал в Москву из другого города, объезжает минимум три компании, даже если у него только один день, потому что поездка в Москву — это мероприятие серьезное и ответственное, и вся работа планируется заранее. Если есть три компании с одинаковым ассортиментом, он поедет либо туда, куда ему удобнее, либо туда, где он купит еще что-нибудь. Время, когда люди покупали бездумно, безвозвратно прошло. Это было лет десять назад. Покупатели о необходимом товаре уже знают все, пока только не имеют денег, чтобы его купить, поэтому все начинают интересоваться технологиями — что лучше, что хуже, и подобная активность выросла в разы. Я считаю, что путь, который



Человеческий глаз
воспринимает свет с длиной волны
от 380 до 780 нанометров.
У нас есть цветные камни
всех оттенков видимого спектра.

**RUSGEMS**

Более чем достаточно

Драгоценные и полудрагоценные камни
Жемчуг морской и пресноводный
Синтетические камни и фианиты «Dallos»
Камнесамоцветное сырье

www.rusgems.ru

МОСКВА
ООО «Джем Арт»
Россия, 115419, Москва,
ул. Орджоникидзе, 11, стр. 1/2 Е
Тел: +7 (495) 730 00 46
Факс: +7 (495) 730 30 36
E-mail: sales@rusgems.ru

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
ООО «Балтийские Самоцветы»
Россия, 197022, Санкт-Петербург,
ПС. Большой проспект, 100, офис 623
Тел./факс: +7 (812) 335 55 69
E-mail: sales@rusgems.spb.ru

КОСТРОМА
ООО «Рубин»
Россия, 156005, Кострома,
ул. Советская, д. 69, пом. 2
Тел: +7 (4942) 47 15 12
Факс: +7 (4942) 47 15 32
E-mail: kostroma@rusgems.ru

мы выбрали: путь общения с клиентами, я бы сказал, технологический путь — помогает нам находить своих потребителей. Всех клиентов мы не сможем удержать и переманить, да и не будем, но тех, которые нам интересны, мы держим.

Как ни странно, благодаря выставкам, в частности JUNWEX, у нас появилось много клиентов неювелиров — индустриальных компаний.

Р. Ю.: Вы подробно рассказали о Вашей компании, а что Вы можете сказать о работе

Это третья выставка «Ювелир-Тех», на первых я бывал просто как посетитель, а на этой мы представляем компанию «Ювелир Партнер». Она и больше, и интерес к ней вырос, и посетителей, соответственно, больше.

Рынок оборудования развивается по своим законам. В период кризиса много компаний закрылось, поэтому выросло количество вторичного оборудования на рынке. Изменение его количества — это как барометр ювелирной промышленности: только вновь созданные фирмы или старые, переживающие модернизацию, покупают новое оборудование значит, дела идут неплохо. В этом году повысились продажи нового оборудования, значит, по моему мнению, будущее у ювелирной промышленности есть. Что касается выставки, то в следующем году мы думаем расширяться. Конечно, произойдет смена павильона, работать будет удобнее, а значит, и эффективность работы повысится. Участие в выставках для нас серьезный вопрос, мы новая фирма, и поэтому будем участвовать во всех выставках — нам необходимо набирать клиентов. Нам нужна каждая выставка, участвовать будем везде, и нам все равно, кто организатор.

Я сторонник того, чтобы оборудование всегда выставлялось рядом с производителями, ведь мы работаем в одной отрасли, и наши клиенты придут, если только мы будем рядом, — это удобно и позволяет экономить драгоценное время.



Ассоциации, Ваши пожелания?

Мое основное пожелание — разобраться с политическими моментами, выстроить взаимоотношения с компаниями, которые не являются членами Ассоциации. Есть люди, достаточно осторожно относящиеся к деятельности Ассоциации, и я думаю, что нам нужно приложить дополнительные силы к выстраиванию отношений с ними, тогда Ассоциация дальше будет двигаться увереннее. Все остальное понятно всем участникам рынка. Мы вместе, а значит, можем решать настоящие вопросы гораздо эффективнее, чем в одиночку!



Армен Альбертович Овчиев,
компания «Ювелир Партнер»

Р. Ю.: Каково общее состояние ювелирного рынка?

На сегодняшний день рынок есть, и рынок работает, несмотря на цену золота, от которой зависит все. Как она будет меняться, не предсказать, а соответственно, и не спрогнозировать развитие рынка.

Р. Ю.: Кто Ваши новые клиенты?

Крупные старые предприятия, которые переживают модернизацию производства. Новых игроков около десяти процентов — не разделяю их на крупные и мелкие.

Р. Ю.: Какие есть пожелания к законодательству, что мешает в работе?

Так много разных моментов, скорее всего, это таможня, и самое ужасное — корректировка таможенной стоимости (КТС), которая появляется уже после продажи. Мы только начинаем свою деятельность, и нам тоже вряд ли удастся избежать подобных корректировок.

Р. Ю.: Желаем Вам удачи.

Спасибо, я думаю, что все будет хорошо, тем более что директор нашей компании Лора Сергеевна Джафарова получила звание «Лучший руководитель предприятия», так что мы не сомневаемся в успехе.

Искусство и коммерция — две вещи совместные?



Марк Балдин

Термин «Авангардизм» впервые был применен американским критиком Климентом Гринбергом в 1930-х годах. Авангардизм в его понимании — антитеза массовому ширпотребу. То есть художник в противовес стереотипам, сводящим ювелирное искусство на уровень супермаркета, создает новаторские вещи.

Авангардное ювелирное искусство — вещь своеобразная, и нужно очень любить творчество, чтобы идти по этому пути. Изготовление ювелирных украшений требует не только фантазии, владения ювелирными техниками, но и немалых материальных ресурсов. Не многие изготавливают продукт на свой страх и риск, который будет не понят и не принят большинством, — ведь общество потребления, в котором мы сейчас живем, воспитывается на идеях масскульта. Каждый человек индивидуален, и если в одежде придерживаются какого-либо стиля, то украшения, как правило, у всех одинаковые. Еще недавно на российском пространстве можно было выделить несколько регионов, имеющих присущий им узнаваемый почерк. Это Кострома со своими ажурными завитками, Урал с агрессивными линиями, Питер, тяготеющий к классике под влиянием Карла Фаберже. Сейчас же все потихоньку идут по пути «великих итальянцев», сотворивших всю мировую моду (они знают, что нужно людям, что будет лучше продаваться и т. д.). Это неудивительно, ведь стратегия успеха выработана и все хотят зарабатывать. В начале творческого пути я думал, что ювелирные компании выпускают «массовку» от нехватки фантазии у дизайнеров, работающих на производствах, но сейчас понимаю, что это зависит от покупательского спроса — у подавляющего большин-



Коллекция «Безумный мир»

Продолжается проект нашего журнала «Особое мнение», запущенный в начале этого года. На этих страницах специалисты отрасли высказывают свое мнение о ситуации на ювелирном рынке России, о возможности диалога всех его участников. Тему сегодняшних обсуждений предлагают дизайнер Марк Балдин и руководитель ювелирной компании «Эрми» («Ринго»™) Андрей Ялунин.

ства населения отсутствует культура стиля. Но изменения, пусть и слабые, происходят.

В последние пятнадцать лет развитие ювелирки происходило лавинообразно, но, несмотря на это, места под солнцем хватало всем, потому и необходимости в создании чего-то совершенно нового не было большого смысла. Нужно делать деньги, и если пресловутая «малинка» пользуется спросом, будем штамповать ее, а искусство — это, во-первых, затратно, во-вторых, непонятно народу, в общем — нерентабельно. Однако незадолго до кризиса к некоторым компаниям пришло понимание того, что период «застоя» комфортен лишь в первой фазе стабильного развития, и они почувствовали, что движение вперед жизненно важно для их бизнеса. У меня был опыт работы с одной из крупнейших российских компаний, руководитель которой готов был «совершить революцию», совместив производственные мощности предприятия и творческий полет фантазии дизайнера. Авторский дизайн — основа

основ любого ювелирного производства, именно почерк ведущего художника делает продукцию предприятия узнаваемой на рынке. Продукция известных иностранных брендов всегда имеет свою стилистику, которую невозможно не узнать, и это делает ее более привлекательной. За два года совместной работы отработано множество эскизов, кое-что было сделано, пусть не так, как хотелось, но, возможно, в будущем мы сможем «расправить крылья», учитывая предыдущий опыт. Неотработанные технологии, предложенные мной, никак не совмещались с заводскими схемами.

Художник в любом виде искусства сам по себе провокатор идей. Он не просто делает вещь, а задумывает идею и реализует ее. На ювелирном заводе же выполняются массовые изделия, и эта рутинная работа засасывает дизайнеров, работающих на производстве, не позволяет им выразить свое «я». Задача дизайнера на производстве — создать модели, которые будут продаваться «здесь и сейчас» при минимальном задействовании маркетин-



Кулон «Причина времени»



Кулон «Хрустальный мир»

говых служб по раскрутке этих коллекций. Моя же задача как приглашенного художника — создать новаторский продукт, помочь предприятию совершить качественный прорыв.

Я рассматриваю человека как существо, стремящееся к совершенству — внутреннему и внешнему. И моя тяга дать «совершенному человеку» совершенный продукт заставляет использовать в своих произведениях золотое сечение, бинарный ряд и другие логические схемы построения композиции. К сожалению, подобный продукт не очень востребован, но этот путь интересен и приятен, так как дает возможность «развлечься по полной программе», включая изобретения различных философских концепций. Вот, например, коллекция «Безумный мир» создана по мотивам картин Маурица Эшера для молодежи, ведущей активный образ жизни. Ее правильная геометрия, черно-белая графика, четкие рисунки объектов дают ощущение «идеальной» картинки, сложенной из многочисленных образов-пазлов в виде животных, рыб, птиц и людей. Все эти образы заполняют собою

пространство и создают ощущение его симбиоза. Возникают ассоциации огромных мегаполисов, где жители зависимы от окружающей среды, людей... Безумный, безумный мир, где прошлое не вернуть, — его уже нет, настоящее неуловимо, так как мгновенно переходит в прошлое, а будущего может не быть... Кулон «Причина времени». Время — одно из основных понятий философии, одна из координат пространства-времени, вдоль которой протянуты мировые линии физических тел, а также сознание. Вот что говорил о нем Платон в диалоге «Тимей»: «...Поэтому замыслил он сотворить некое движущееся подобие вечности; устроив небо, он вместе с ним творит для вечности, пребывающей в едином вечный же образ, движущийся от числа к числу, который мы называли временем».

Кулон «Хрустальный мир». Философия этого образа заключена в словах Гамлета: «О Боже! Заклучите меня в скорлупку ореха, и я буду чувствовать себя властелином Вселенной». Мир хрупок, биосфера тонка, и уничтожить ее можно одним неловким движением. Голу-

бой камень (земной шар), между двух стихий: активного (чистое золото) и пассивного (чистое серебро), в хрустальной сфере — символ хрупкости.

Я — художник, который движется против течения и видит ценность ювелирных украшений в их художественных образах, которые, как картины великих художников, включают в себя целый мир впечатлений и ассоциаций (несмотря на ограниченные возможности по сравнению с холстом).

Как дизайнер проделал большую работу по созданию коллекций «Черная магия», «Тигр», «Безумный мир», «Облака Гомера», «Летний ветер», «Улитка», «Адажио», «Черный принц», «Инь-Ян», «Изумруд», «Красная стрела», «Диалог» и множество оставшихся пока на бумаге.

Идеи как художественных работ, так и дизайнерских берутся от причудливо изменяющих свою форму облаков, порывов ветра, шума листьев, синтетических видеоклипов, прочитанных книг... Это скорее состояние души — фантазия художника не видит горизонтов, и за это опьянение я благодарю Бога.



В поисках результата



Андрей Ялунин,
руководитель
ювелирной
компании
«Эрми»
(«Ринго»™)

Сентябрь 2010 года лично для меня стал новой точкой отчета в развитии ювелирного рынка в России. Окончательно стало понятно, что эпоха конца 1990-х и всего первого десятилетия XXI века безудержного развития рынка товаров роскоши стала историей, и «как было» уже не будет никогда. Что же будет дальше — вопрос!

На сегодняшний день стали актуальными как никогда темы взаимоотношений продавца и покупателя, конкуренции на рынке, позиционирования ювелирных выставок, общественных организаций отрасли. Однако если смотреть на эти вопросы сквозь призму времени, то все эти проблемы имеют глубокие корни и преследуют ювелирный рынок России с момента его появления, с начала 1990-х годов. Получается — меняются лишь декорации?

В этой статье я бы хотел поднять тему цикличности развития ювелирного рынка России и попытаться найти ответы на вопросы, которые волнуют меня как производителя и продавца ювелирных украшений.

Исходя из определения термина, рынок — это совокупность условий, благодаря которым покупатели и продавцы товара вступают в контакт друг с другом с целью покупки или продажи этого товара. Соответственно именно наличие условий и создает рынок. Что же это за условия? Определить их можно, исходя из определения термина market failure («дефектность рынка»), который исходит из того, что изначально описываются условия, которые делают рынок несовершенным.

Применительно к ювелирному рынку России это могут быть такие условия, как отсутствие прозрачности рынка, наличие несовершенного законодательства, которое создает условия для «серых» и «совсем серых» схем, фактическое бездействие государства в области пресечения незаконных

бизнес-операций. Все эти общие фразы можно свести к простому суждению: кто-то работает по правилам игры, а кто-то нет.

Таким образом, называть ювелирный рынок России цивилизованным невозможно, даже при том, что совершенных рынков и не существует. И здесь возникает главный вопрос — есть ли желание, необходимость, воля к тому, чтобы рынок стал совершенным или хотя бы чуть совершеннее.

Сентябрьские выставки в Москве, как индикатор отрасли, показали лично мне, что такой воли нет. Причем нет как ни у участников рынка, так и у его внешних регуляторов.

Отсутствие консолидированной позиции производителей и продавцов по вопросам цен на продукт (когда один и тот же бриллиант с одинаковыми характеристиками может стоить в 2–3 раза дороже или дешевле), демпинговые схемы по условиям отгрузки («возьмите сейчас, заплатите, как сможете, только возьмите»), допуск на рынок сторонних игроков с сомнительного происхождения товаром. Все это больше походит на начало 1990-х, когда нужно было «здесь и сейчас», а о перспективах на год или два никто не задумывался. Такая деструктивная политика компаний позволяет достичь краткосрочного успеха, но приводит к обрушению рынка, самой компании, потере доверия покупателя.

Ни одно из общественных движений отрасли не смогло или не захотело решать и решить эти проблемы. Никто не смог сплотить под своими знаменами отрасль, мы вернулись к тому, с чего начинали.

Еще один интересный тренд осени — замещение игроков рынка.

Более 80% стендов, по моим подсчетам, продавали на выставках продукцию, не характерную для себя: украшения с фианитами или полудрагоценными вставками, украшения без вставок, серебряные и облегченные украшения. При том, что ранее некоторые из этих компаний производили гораздо более дорогой продукт. Казалось бы, есть разумное объяснение: есть спрос, надо производить. Но разве только этим обусловлена такая политика?

Кризис 2009 года, спад продаж вынудили всех предпринимать ответные шаги, как-то выживать. Большинство компаний пошло лишь на сокращение своих издержек путем сокращения штата и перехода на менее затратную продукцию. Никто не смог инвестировать деньги в новые технологии, повышающие выработку с рабочего места, в технологии, уменьшающие потери при производстве. Ничего не сделали и внешние регуляторы — таможенные пошлины и инвестиционные кредиты не изменились. Какой же эффект это даст в будущем? Стагнация или замещение другими игроками. На освободившиеся места производителей более дорогой продукции пришли и будут приходить иностранные продавцы, те, кто имеют поддержку своих правительств, кто состоит в действительно действующих отраслевых организациях, которые устанавливают единые правила ведения бизнеса.

Зависимость российской отрасли от курса USD выбило в 2009 году российских производителей из высокомаржинальных секторов продаж. В 2010 году ситуация усугубляется ростом цен на золото и серебро, что имеет шансы серьезно сократить число местных производителей при отсутствии каких-либо изменений.

Ведь в отличие от роста цен на золото потребительский доход не растет столь быстро, поэтому ожидать вала продаж от бескаменки не придется даже в сезон. А это влечет к еще большим убыткам производителей. Если же российские производители не смогут удовлетворять потребности покупателей, появятся иностранные, которые уже вошли в розничные салоны. Согласитесь, ведь для оптовиков не принципиально, «кем» торговать, а с учетом невысоких запросов розничных покупателей к качеству и дизайну продукта российский производитель может вообще оказаться не удел.

Я не прошу о закрытии рынка или введении протекционистских мер, наоборот. Речь идет об элементарном порядке. И если есть в России инструкция №-68н и подобные ей, то все игроки должны работать в соответствии с ней.



Ювелирные тренды.

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ЮВЕЛИРНОЙ МОДЫ

Мы продолжаем печатать материал о новых направлениях ювелирного дизайна для тех, кто занимается проектированием ювелирных коллекций, прогнозированием новых тенденций ювелирной моды. Статья поможет специалистам получить новые адреса и имена тех, кто стоит у самых истоков формирования ювелирных трендов не только предстоящего сезона, но и далекой перспективы.



Понятие «тенденция» (от лат. *tendentia* — направленность) означает сравнительно устойчивое направление развития определенного явления, процесса или идеи¹. Сегодня аналитики модной индустрии в России активно используют также слово «тренд» (от англ. *trend* — букв. направление), которое пришло в их лексикон из сферы экономики.

Каким образом происходит возникновение новых тенденций в моде, в том числе и в ювелирной, где тренд дольше не теряет своей актуальности?

Несмотря на тот факт, что данный процесс можно сравнить с «погоней за будущим с сачком» [1], формирование трендов подвластно пониманию, анализу и систематизации.

С середины XX века в мире существует множество тренд-агентств и тренд-бюро, основная деятельность которых направлена на составление прогнозов в fashion-индустрии. Лишь немногим из них удалось заслужить признание специалистов и успешно проработать до сегодняшнего дня. Ведущими являются исследовательские центры: Trend Union (Франция), Promostyl (Франция), Kjaer Global (Англия), WGSN (Worth Global Style Network, Англия), The Future Laboratory (Англия).

Отличием современных тренд-агентств является то, что их функции не ограничиваются анализом изменений тех или иных параметров предметов гардероба, они охватывают образ человека, образ его жизни в целом.

Несмотря на различия в технике фиксации модных трендов, принципы работы тренд-агентств схожи.

Первым этапом этого многоступенчатого процесса прогнозирования является исследование тенденций. Работа начинается с изучения реальных факторов, определяющих «дух времени» — *Zeitgeist*². Они были перечислены в работе американского профессора по маркетингу Поля Найстрема (Paul Henry Nystrom) «Экономика



Евгения Рассолова, дизайнер, координатор программ Международного Бизнес-центра «6 карат»

моды» (1928) [2] и с некоторыми корректировками остаются актуальными и сегодня [3].

Фиксацию появления свежих идей в обществе осуществляет группа специалистов в различных областях — трендхантеры (от англ. *trend* — направление, *hunter* — охотник), которые разбросаны по всему миру. «Сканирование общества» происходит одновременно во многих сферах (дизайн, кинематограф, медицина, наука, музыка, литература, мода и т. д.). Являясь коренными представителями своей культуры, они наблюдают, ведут опросы, отмечают необычные тенденции.

Следующий этап прогнозирования заключается в процессе верификации тренда. Происходит анализ собранного материала и определение общих тем, направлений и аномалий. После



чего оформляются ключевые тренды в повествовательной и визуальной форме в виде трендбордов (от англ. trend — направление, board — стенд, доска) — зарисовки, фотографии, образцы тканей, скомпонованные на стенде. В завершение данного этапа осуществляется оценка потенциального воздействия тренда на рынок и сознание потребителя.

Далее следует непосредственно прогноз трендов: оформление трендбуков (от англ. trend — направление, book — книга) — специализированных аналитических обзоров, в которых собрана вся информация об актуальных тенденциях. В них включены тренд-образы (отобранные материалы трендбордов) и тренд-описания (вербальная характеристика, история, девиз, тема). Выпускаются трендбуки два раза в год, представляя прогноз на два года вперед. При этом доступ к информации имеют лишь клиенты агентства (дома мод, ювелирные дома, журналы).

Одним из самых авторитетных трендвотчеров (от англ. trend — тенденция, watching — наблюдение) мира является Ли Эделькорт (Lidewij

Слева:
Ketsokoi Creations
Справа:
Lorenz Bäumer

Edelkoort), основательница исследовательского центра Trend Union, которая входит в число 25 влиятельных людей в области моды, по мнению журнала Time³. Она объясняет: «Разница между прогнозированием и просто скаутингом тенденций очевидна. Скаутинг⁴ — это изучение уже существующих явлений, оценка их взаимодействия с окружающим миром и попытка представить, как долго они могут прожить. Я же работаю с явлениями, которые сегодня можно сравнить всего лишь с легким дуновением ветра. Это проблеск будущего, часто не имеющий в настоящий момент никаких фактических доказательств. Я сплетаю воедино нити абсолютно разных потоков информации, будь то разговоры, мнения клиентов, газетные статьи, финансовые отчеты корпораций, фильмы, выставки или fashion-show. Моя работа основана на интуиции. Лишь потом мы прибавляем к интуиции причинно-следственный анализ и философию, стараемся определить и понять последствия замеченных нами „дуновений“»⁵.

Разработкой прогнозов в области ювелирного дизайна, аксессуаров и часов занимаются с





**Креативный директор
исследовательского центра Trend
forecast service TJF Паола Лука**



*Christopher
Anderson*



*Katherina
Bree*

Clara Breen

2003 года специалисты исследовательского центра Trend forecast service TJF. В 2007 году штаб-квартира TJFGROUP была перенесена из Лондона в итальянский город Ареццо (итал. Arezzo). Сегодня центр имеет свои представительства в Милане и Антверпене, в Мумбаи и Гонконге. Ежегодно под руководством генерального директора Паоло Новембри (Paolo Novembri) и креативного директора Паолы Лука (Paola De Luca) публикуются отчеты о новых тенденциях в ювелирной моде — TJF Trendbook для руководителей, дизайнеров и всех тех, кому интересна эволюция потребительских предпочтений и область, в которой они работают.

Говоря о тенденциях 2011 года, Паола Лука (Paola De Luca) выделяет несколько мегатрендов, характерных для начала нового тысячелетия. Nouvelle Nouveau — одно из таких направлений, декларирующее возвращение к ювелирному мастерству высочайшего класса эпохи модерна (Art Nouveau). Паола отмечает актуальность ювелирных изделий, в которых материалы органического происхождения (дерево, кость, рог, перламутр, жемчуг и др.) сочетаются с драгоценными камнями.

Тенденцию Smash Culture Паола определяет как противоположную сторону спектра мегатрендов. Процесс формообразования ювелирных изделий здесь находится под влиянием киберкультуры (англ. cyberculture) — вида современной массовой культуры, основанной на использовании возможностей компьютерных игр и технологий виртуальной реальности.

Семинарские программы TJFGROUP регулярно проходят во многих странах. Они позволяют приобрести обширные знания о новых ювелирных трендах и уверенность в будущем.

«Будущее здесь, только оно пока заметно не всем», — пишет американский писатель-фантаст Уильям Гибсон. Чувство предвидения свойственно каждому дизайнеру. Но в случае, когда речь идет о массовом производстве, необходим достоверный прогноз. Консультации специалистов в области прогнозирования помогут трактовать ту или иную зарождающуюся тенденцию в зависимости от философии бренда, целевой аудитории, ассортимента ювелирного предприятия.

«Не стоит критиковать моду за изменчивость. Смотрите, слушайте и наблюдайте. Или обращайтесь к профессионалам. Мода руководствуется принципами, по которым мы сами хотим жить», — говорит Ли Эделькорт [2].

Примечания:

¹Nystrom P. H. Economics of Fashion. New York: Ronald Press, 1928.

²Заглядывая в будущее. Прогнозирование трендов: предсказатели или диктаторы? // Секачева О. Теория моды. Одежда. Тело. Культура. 2006. № 1. С. 28, 34.

³Spencer, H. The principles of sociology (Vol. 1). New York: D. Appleton, 1897(На рус. яз.: Спенсер Г. Сочинения. СПб., 1897. Т. 1–8).





РАСПИСАНИЕ СЕМИНАРОВ И ТРЕНИНГОВ
«МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕС-ЦЕНТРА «6 КАРАТ»
НА ОКТЯБРЬ — ДЕКАБРЬ 2010 Г.

№ п/п	ДАТА ПРОВЕДЕНИЯ	НАЗВАНИЕ, ФОРМА ОБУЧАЮЩЕГО МЕРОПРИЯТИЯ	ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ
-------	-----------------	--	-------------------

ОКТЯБРЬ 2010

1	26–27 октября	Тренинг «Практика розничных продаж ювелирных изделий. Работа с VIP-клиентами»	Продавцы ювелирных магазинов, специалисты по прямым продажам
2	28–29 октября	Тренинг «Практика оптовых продаж ювелирных изделий»	Специалисты по оптовым продажам

НОЯБРЬ 2010

3	10–11 ноября	Тренинг «Продажи и сервис в ювелирном бутике»	Продавцы-консультанты и менеджеры ювелирных бутиков
4	17 ноября г. Екатеринбург	Практикум «Практика построения ассортиментной матрицы на примере ювелирного магазина»	Владельцы, руководители ювелирных компаний, категорийные менеджеры, специалисты отдела закупок, сотрудники ювелирных компаний, ответственные за управление ассортиментом и закупками
5	18 ноября г. Екатеринбург	Семинар «Изучение покупателей и конкурентов своими силами»	Владельцы и руководители ювелирных компаний, маркетологи, администраторы
6	19 ноября г. Екатеринбург	Практикум «Мотивация персонала ювелирных компаний: сколько, кто и за что платит»	Владельцы и руководители ювелирных компаний, специалисты отдела кадров, менеджеры по работе с персоналом
7	23–24 ноября	Практикум «Специальные технологии мотивации персонала»	Владельцы, руководители, специалисты отдела кадров, менеджеры по работе с персоналом ювелирных компаний
8	25–26 ноября	Практикум «Построение ассортиментной матрицы ювелирного магазина. Категорийный менеджмент»	Владельцы и руководители ювелирных компаний, категорийные менеджеры

ДЕКАБРЬ 2010

9	3 декабря	Консультация-семинар «Проверка пробирного надзора: учет и документооборот на предприятиях ювелирной отрасли»	Руководители, владельцы, бухгалтеры, экономисты ювелирных компаний
10	4 декабря	Консультация-семинар от юриста, выступающего в защиту компании-производителя и продавца от необоснованных претензий покупателя «Практическое применение законодательства в области защиты прав потребителей для специалистов ювелирной отрасли»	Владельцы, директора, руководители ювелирных компаний

Внимание! В расписании возможны изменения.
Следите за обновлениями на сайте <http://www.6carat.ru/>.
Получить информацию по семинарам можно по телефонам: + 7 (495) 744-34-64, 232-22-60, 232-33-79 или по e-mail: info@6carat.ru; 6carat@inbox.ru



Вещи и возможности

АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОБЗОР КРЕАТИВНОЙ СТРАТЕГИИ В РЕКЛАМЕ ЧАСОВ

ВЕЩЬ: отдельный предмет, изделие.
ВОЗМОЖНОСТЬ: средство, условие,
обстоятельство, необходимое для
осуществления чего-нибудь.

Словарь Ожегова



Ия Имшинецкая

«Писатель только выгибает искусную вазу, а влито в нее вино или помой — безразлично» — писал Маяковский в статье «Два Чехова». Так и жизнь — у всех есть ресурс времени. Но кто чем его наполняет?

Реклама часов продает нам часы. В прямом и переносном смысле этого слова.

1. Часы как аксессуар — дорогую, эксклюзивную, точную или по-иному (ниже перечислим как) прекрасную вещь.
2. Часы как течение времени. Как наполнение времени, отпущенного нам на жизнь. У нее, у рекламы, есть идеи, чем наполнить нашу жизнь.

Но обо всем по порядку.

Первая группа продает нам часы как механизм. Вторая же предлагает весьма разнообразный выбор возможностей прожить ваше время. Итак, выбирая часы, мы можем выбрать вещь или возможность.

Итак, часы как аксессуар, как механизм предлагаются нам по их вечным характеристикам:

1. Технически совершенны

Примеры вербальные:

- Единственный в мире хронограф с технологией Kinetic, которому не нужны батарейки. Его источник энергии — движения вашей руки. (Реклама часов Seiko.)
- Автоподзавод. Официальный сертификат хронометра. Водостойкость до 200 метров. (Реклама часов Ulysse Nardin.)
- Ретроградная функция секундных стрелок в трех секторах по 20 секунд каждый, прыгающие секундные стрелки, автоматический подзавод, точный ритм хода часов, обусловленный истинно швейцарским качеством механизма, специальная версия. (Реклама часов Milus.)
- Автоматический механизм Graham G 1722 calibre, 28 800 колебаний/час, 30 рубинов. Корпус из нержавеющей стали. Черный циферблат. Люминесцентные цифры и стрелки. Полукасовой и секундный индикатор. Хронограф сертифицирован C.O.S.C. (Реклама часов Graham.)
- Страсть к деталям: ретроградная стрелка, указывающая день недели, большой дисплей даты, автоматический механизм, украшенный вручную. (Реклама часов Maurice Lacroix.)
- Модель Super Chronograph 1000 — точность до 1/1000 секунды. Хронограф оборудован таймером обратного отсчета, секундомером и тахометром. Введите расстояние, прежде чем отправиться в путь, и Super Chronograph 1000 рассчитает среднюю скорость движения.
- Часы с сенсорным экраном. (Реклама часов Tissot.)



Визуальные примеры:





Визуальный пример

2. Красивы, изящны и дороги

- Примеры вербальные:
- Корпус и браслет — латунь с позолотой. Инкрустация — кристаллы Swarovski. Минеральное стекло. (Реклама часов Adriatica.)
 - 18-каратное розовое золото. Доступны на золотом браслете или на каучуковом ремешке с вставками из розового золота. (Реклама часов Ulysse Nardin.)
 - Подвеска Alhambra с бриллиантами, вращается вокруг циферблата с эффектом солнечного гильоше. Бриллианты 1,18 карата DEF VVS. Корпус из белого золота. (Реклама часов Champs от Van Cleef & Arpels.)

3. Трансформируемы



Визуальный пример



Визуальный пример

4. Служат социальным свидетельством

- Пример вербальный:
- Ни ваша машина, ни ваши друзья, ни ваша работа не расскажут о вас больше, чем эти часы. (Реклама часов Seiko.)

5. Женственны/мужественны

- Вербальные примеры:
- Воплощает вечную женственность. (Реклама часов Breguet.)
 - Воплощение женского шарма. (Реклама часов Maurice Lacroix.)
 - IWC. С 1868 года. И до тех пор, пока есть мужчины. (Реклама часов IWC.)
 - Изменяют ли мужчины? — Только не своим IWC. Вызывающе мужской — split-second хронограф. (Реклама часов IWC.)

Есть даже унисекс :)



Визуальные примеры:

Визуальный пример



6. Необычны

7. Служат украшениями

Примеры вербальные:

- Леди, для которой Hugo Boss создал свой стиль, часы нужны особенные: лаконичные, супер-технологичные и похожие на изящное украшение. Такой и стала первая дизайнерская коллекция женских часов от Hugo Boss.
- Элегантные часы из новой коллекции Lady Rose, декорированные изображениями бабочек, цветов и лент, станут прекрасным дополнением к Вашему наряду, будь то повседневная одежда или что-то особенное. (Реклама часов Orient.)



Визуальный пример



8. Надежны в эксплуатации

Вербальные примеры:

- Уже больше века Breitling участвует во всех самых крупных событиях в мире авиации. Наше призвание: создание сверхточных и сверхнадежных часовых приборов для самых требовательных профессионалов. Наши хронографы отвечают самым строгим требованиям в отношении надежности и функциональности, мы подвергаем все наши часовые механизмы строгим тестам Официального Швейцарского Института Хронометрии. Постоянным поставщиком часов для авиации случайно не становятся.



Визуальные примеры дают понять, что там, где от надежности приборов зависит жизнь, необходимы наши часы, будь то морская стихия или пилотирование воздушного судна:



Визуальный пример

9. Легки и невесомы



Визуальный пример

10. Тонки

А теперь — разнообразный выбор возможностей прожить отпущенное Вам на этой земле время. Реклама часов предлагает не тратить впустую свои часы и минуты, а наполнить их событиями, эмоциями, достижениями. Чтобы, видимо, было что вспомнить :) Выбор предоставлен следующий.

1. Скоростью, достижениями, адреналином

Вербальный пример:

- Беспредельная скорость. Oris Williams F1 Team Chronograph — созданы в сотрудничестве с дизайнерами команды AT&T Williams Formula One. (Реклама часов Oris.)

Визуальные примеры используют скоростной транспорт — автомобили и катера:



Визуальный пример

2. Флиртом, любовными похождениями

Первый пример здесь может быть назван как вербальным, так и визуальным. К картинке — соответствующая подпись, и предполагается, что для полноты впечатления и понимания нужно и смотреть и читать.



Визуальный пример

3. Экзотикой, необычными, невиданными в обыденности впечатлениями



4. Гурманством, если можно так сказать

Наслаждениями чувственными (не путать с любовными утехами — о них речь шла выше). Визуальный пример с соответствующим вербальным сопровождением:



5. Планами на будущее. Или мечтами — кому что ближе
Вербальный пример с подписью про будущее:

6. Поступками слегка легкомысленными
Не надо грузиться, не надо быть слишком серьезными. От этого стареют раньше и становятся брюзгами :)



Визуальные примеры:



7. Поисками креативных решений
Поисками неожиданного в обычном, нестандартного в предсказуемом. Проживите жизнь креативно.
Посмотрите на мир другими глазами — написано в визуальном примере:

8. Достижениями карьеры, новых интеллектуальных и технологических высот
Примеры, которые можно также читать, а не только смотреть. Именно надпись делает нам понятным смысл рекламного послания — она расшифровывает, в какой области этот человек преуспел и кому брать с него, соответственно, пример:



9. Достижениями спортивными.
Часы тех, кто быстрее, выше, сильнее

Вербальный пример — там необходимо прочитать надпись «Майк Шмид, Олимпийский чемпион, ски-кросс», чтобы стало понятно, что за спорт представлен :)



Визуальные примеры:

10. Славой безотносительно рода занятий.
Просто станьте знаменитым!

Визуальные примеры, не мудрствуя лукаво, просто изображают знаменитостей, подписывая их в случае сомнения — узнают ли:



Брэд Питт,
Ингеборга Дапкунайте...
А вот и безымянный герой, который все же славен и могуч. Может быть, это Вы?

И наконец, ответим на вопрос, какова практическая применимость данного аналитического материала.

Вижу два способа использования его в рекламной практике:

1. Найти еще технические характеристики часов, которые имеют значение для покупателей и потому могут быть использованы в рекламе как продающий аргумент, либо найти новые идеи, чем наполнить жизнь (опять же, значимые для покупателей — реклама должна продавать), либо найти идею, конкретизирующую описанные способы наполнения времени. Например, можно сказать, что пунктуальные люди достигают большего.
2. В рамках одного рекламного обращения предоставить сбор разных идей и приемов. Так уже делают. Например, здесь можно видеть приемы:
 - техническое совершенство — водонепроницаемость и описана, и показана;
 - поиск креативных решений — необычно ловить рыбу руками, обычно удочкой или сетями;
 - достижения карьеры — если рыбу расшифровать как добычу по жизни. Кто-то по-другому ее расшифрует. Но по-любому она здесь не просто рыба.
 - Слава. Написано же — Гаррисон Форд.



Ювелиры Транссиба

Сибирь — крупнейший регион России, объединивший области, края и национальные республики на обширной территории от Иртыша до Байкала. Этот край богат бескрайними таежными лесами и водоемами с кристально чистой водой, несметными сокровищами и редкими видами флоры и фауны; это край мужественных, честных людей, край высокой культуры и древних духовных традиций.



Могучая и суровая Сибирь воспитала немало выдающихся художников и скульпторов, чьи самобытные произведения стали неотъемлемой частью многоликого российского искусства.

Вопрос творческой цели и средств ее достижения интересует любого профессионала. Сегодня, оценивая своих собратьев по искусству, мы пытаемся понять волнующие их мысли и чувства. Одних привлекает глубина бытия человека, других — поиск новых форм и способов самовыражения. Важно, что все эти истины не утратили своего значения для художников наших дней, ибо все мы объединены преданностью и служению искусству.

Надеюсь, что читатели журнала «Русский Ювелир» смогут познакомиться с наиболее значительными произведениями, созданными ювелирами Сибири в последние годы. Пусть утонченные ценители откроют для себя нечто новое, и все без исключения смогут окунуться в первозданную красоту произведений художников — наследников и продолжателей великой и древней культуры Сибири.

Мой летний вояж 2010 года по Сибири начался с Омска, затем я посетил Новосибирск, потом Красноярск, с которым меня связывают особые отношения — там с 1949 по 1951 год работали мои родители, — а закончил я свое путешествие в Иркутске.

В результате «великого сибирского путешествия» родилась мысль написать книгу — каталог с условным названием «Ювелирный Транссиб», в которой хочу дать представление читателям Европейской России и зарубежным почитателям ювелирного искусства о ювелирах и камнерезах, живущих за Уральским хребтом. Я рассматриваю ювелирное и декоративное искусство как неотъемлемую часть нашей истории. Авторское ювелирное искусство Сибири интересно прежде всего в контексте традиций великого русского ювелирного искусства.

Итак, начнем наше путешествие по ювелирной Сибири с Омска. Город произвел на меня сильное впечатление. С ним связаны многие события нашей истории. Основанный в 1716 году, в XIX веке он стал центром Степного генерал-губернаторства, в годы Гражданской войны был столицей Белого движения России, резиденцией Верховного Правителя адмирала Колчака. И до сих пор не утратил статуса важного центра Сибири. Мне посчастливилось побывать на Дне города, который празднуется в первое воскресенье августа, и я был воодушевлен любовью горожан к своему городу. К сожалению, не успел посетить художественные галереи (не хватило времени), но посмотрел Омский музей изобразительных искусств имени Врубеля, а также Омский краеведческий музей. Главной же целью моего путешествия, безусловно, было знакомство с ювелирами этого города.



Хочу представить вам Ольгу и Владимира Крышкова. Ольга родом из Ивановской области, Виктор родился в Костромской области. Оба окончили Красносельское училище художественной обработки металлов. Руководителем их дипломных был А. Тихомиров. По окончании училища Ольга Кирилловна работала художником на ювелирной фабрике «Ростовская финифть», а Владимир Алексеевич — на фабрике «Красная Пресня». С 1974 года оба — художники-ювелиры ХПМ Омского отделения ХФ РСФСР. С тех самых пор творчество и судьба их связана с этим древним сибирским городом. Художники Крышкова — постоянные участники областных, российских и международных выставок. Их работы находятся в музеях России, частных коллекциях Кореи, Франции, Швейцарии, Израиля, Австралии и Германии.



«Внездные сани»



«Колесо Фортуны»



Кулон «Затмение»

Кулон «Занавески»





Подвеска «Черная ладья»

Следующий пункт моего путешествия — Новосибирск, город молодой, амбициозный (недаром его называют неофициальной столицей Сибири), бурно развивающийся.

Там живет мой добрый знакомый, известный художник-ювелир Виктор Павлов. Он мастер потомственный: прадед его владел первой ювелирной и часовой мастерской в центре Новониколаевска (прежнее название Новосибирска). Кропотливой работой по превращению камней и металлов в произведения искусства ювелир занимается уже 40 лет. Эксперты оценили то, что Виктор Павлов сумел самостоятельно разгадать секрет знаменитой эмали Фаберже, переливающейся узорами. Но главное — мастер в одиночку придумывает и выполняет уникальные украшения и иконы, которые под силу только артелям высокопрофессиональных мастеров-ювелиров разных специальностей.

Он познакомил меня со своим учеником — молодым, но уже известным в профессиональных кругах ювелиром Марком Балдиным, а также с семьей ювелиров Зеленцовых.



Марк Балдин после окончания Новосибирского архитектурного института в 1994 году постоянно экспериментировал с разными направлениями в искусстве (живопись, графика, скульптура, дизайн интерьеров), получал новые знания, искал возможность самореализации, участвовал в выставках-конкурсах. В 2002 году начались эксперименты с драгоценными металлами. В 2004 году на выставке «Сибсамоцветы» за победу в конкурсе получил свою первую большую золотую медаль. В составе жюри конкурса был В. К. Павлов — с этой случайной для Марка встречи и началась интересная, очень важная для него работа в формате «учитель-ученик», его изделия из интересных архитектурных конструкций стали превращаться в украшения с тончайшим элементом декора. С 2004 года участвовал в выставках, как самостоятельно, так и с предприятиями ювелирной отрасли: заводом «Атолл» (Новосибирск), «Алмаз-Холдингом» (Москва), ювелирной фабрикой «Карат» (Екатеринбург). Совместная работа с различными предприятиями ювелирной отрасли принесла не только видимые результаты, такие как победы на конкурсах, но и самое главное — профессиональный опыт.



Кулон «Звезда»

Кольцо «Атлантида»

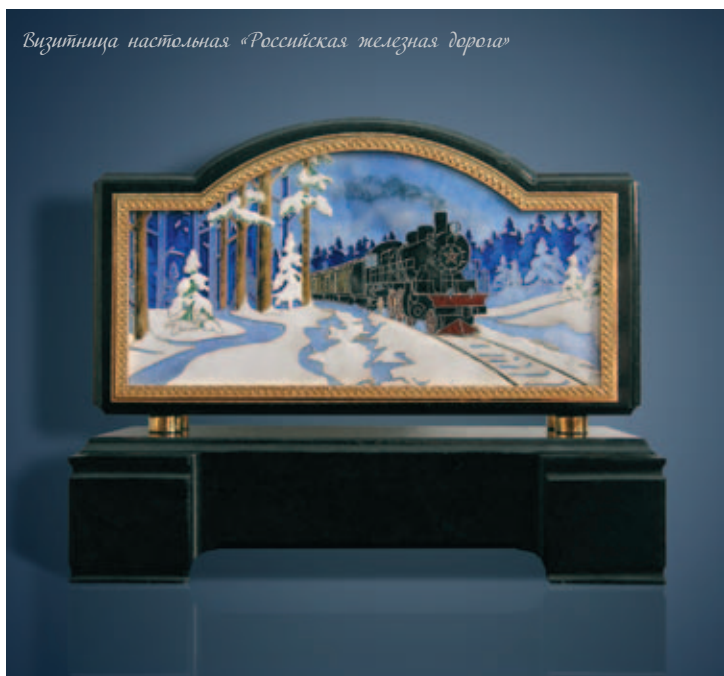
Виктор Зеленцов начал заниматься ювелирным делом в 1993 году, когда ему было 42 года, а сыновьям Павлу и Роману 17 и 14 лет. Сыновья с детства проявляли интерес к рисованию и художественному творчеству и с легкостью втянулись в ювелирное дело. Изучение работ старых мастеров, освоение ювелирных технологий, в том числе различных видов эмалирования, постоянная работа над дизайном изделий привели к выработке собственного стиля в создании предметов ювелирной тематики: икон, образцов, складней. Много лет отец и сыновья сотрудничали с резчиком-миниатюристом Евгением Гутковым. Он соавтор некоторых работ и автор миниатюр во многих совместных изделиях. К великому сожалению, его жизнь оборвалась в 44 года, на пике творческих возможностей...

Изделия семейной мастерской много раз экспонировались на российских выставках.

Икона «Святой ангел»



Визитница настольная «Российская железная дорога»



Браслет «Дракон»

Браслет «Дракон» (фрагмент)



...И вот перед нами губернский город Иркутск. Сюда я приехал во второй раз и очень рад был вновь встретиться со старыми знакомыми ювелирами и камнерезами и обрести новых друзей. Они организовали восхитившую меня поездку по Байкалу. Иркутск издавна славится поделочным сырьем — лазурином, чароитом, нефритом, однако ювелирных дел мастеров в городе немного. Хочу познакомить вас с творческой четой Лодяновых — одних из лучших ювелиров Забайкалья. Наталья Алексеевна и Аркадий Петрович, окончив учебу в Иркутском художественном училище, поступили на работу художниками в объединение «Байкалсамоцветы». Там же освоили технологию обработки цветных камней. А в 1986 году в творческой жизни Наталии и Аркадия Лодяновых произошло два важных события. В Иркутском музее декабристов они познакомились с печатью и ее восковым оттиском В. П. Давыдова — прямого родственника героя-партизана войны 1812 года Дениса Давыдова и автора слов знаменитой песни «Славное море, священный Байкал». В Ленинграде Татьяна Алексеевна и Владимир Терещенко привели их в мастерскую Павла Потехина на Васильевском острове, и Потехин дал им небольшой урок резьбы инталий. Так они открыли новую для себя тему — резьбу авторской печати. Представляю вам примеры последних их работ.



Авторские печати

Во время путешествия мне хотелось разобраться, ощущают ли художники-ювелиры Сибиря становление особого «сибирского» стиля в искусстве, в особенности меня интересовало декоративно-прикладное. На юбилее Красносельского училища в 1997 году мне разъясняли особенность красносельского промысла, которая проявляется в увлечении филигранщиков флоральными орнаментами русской природы. А каковы ювелирные мотивы степной и лесной Сибири?

Новосибирский ювелир Виктор Павлов так характеризует становление «сибирского стиля»:

— Могу сказать, что авторских работ очень мало, и все они невысокого качества. Я говорю о тех, которые видел на региональных выставках. Сохраняют свое лицо колыванские камнерезы и тобольские косторезы, есть неплохие работы косторезов Крайнего Севера. Отдельно хочу отметить ювелирное искусство Бурятии. Они сохранили свой национальный стиль и высокие технологии ручного производства народных украшений. Я думаю, что мастеров авторских работ в Сибири много, но в силу обстоятельств: дорогое участие в выставках, высокая цена на драгоценные материалы — они не могут показать себя, и речь зачастую идет просто о выживании. Ювелирное искусство требует высоких затрат на инструменты, на материалы и камни, но не каждый мастер может себе это позволить. За последние двадцать лет в ювелирную промышленность пришло много лишних людей с целью заработать как можно больше денег. А сейчас, в связи с кризисом, на рынке остаются только профессионалы, которые начинают понимать, что нужен новый подход, новый дизайн и новые технологии — то есть украшения с ярко выраженным авторским подходом, в отличие от зарубежной «массухи». Проводя конкурсы ювелирного дизайна среди студентов, я отметил стремление молодежи к ювелирному искусству. Поэтому надо открывать факультеты при университетах и академиях, где будут обучать будущих художников-ювелиров.



Книга «Ювелиры Транссиба». Тираж 500 экз., из них 100 будут разосланы по художественным музеям России и Украины, остальные, я надеюсь, выкупят авторы-ювелиры. Брошюру рассматриваю как искусствоведческую поддержку ювелиров России. В книге будут представлены работы кавалеров Почетного памятного знака «150 лет Михаилу Перхину». Каждому кавалеру «ордена Перхина» предоставлено 6 страниц, где будет размещена творческая биография и фотографии программных изделий.



ЮвелирЭКСПО

10 Всероссийская специализированная выставка



- Ювелирные украшения
- Бриллианты, драгоценные и полудрагоценные камни
- Столовые приборы в ювелирном исполнении
- Часы • Элитные подарки • Бижутерия
- Ювелирные изделия художественных промыслов, сувениры

Организатор



Выставочный центр

«ВолгоградЭКСПО»

Тел./факс: (8442) 55-13-16

E-mail: uvelir@volgogradexpo.ru

www.volgogradexpo.ru

Генеральный информационный спонсор

всероссийский ювелирный каталог

ЭКСПО ЮВЕЛИР

2-5 ДЕКАБРЯ '10

24-27 ФЕВРАЛЯ '11

ВОЛГОГРАД, ДВОРЕЦ СПОРТА



ЮВЕЛИРЭКСПО-ЭЛИСТА

6 Всероссийская специализированная выставка



ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ЭКСПОЗИЦИИ:

- Ювелирные изделия
- Драгоценные и полудрагоценные камни
- Бриллианты
- Художественное оружие
- Ювелирные изделия художественных промыслов
- Бижутерия
- Элитные подарки
- Сувениры
- Часы

Организатор



66 | русский ювелир | октябрь 2010

Выставочный центр

«ЭлистаЭКСПО»

Т/ф: (84722) 3-36-84, 3-45-60

E-mail: elistaexpo@mail.ru

www.elistaexpo.ru

16-19 ДЕКАБРЯ '10

8-11 АПРЕЛЯ '11

РЕСПУБЛИКА КАЛМЫКИЯ
Г. ЭЛИСТА

С ДНЕМ РОЖДЕНИЯ!

НОЯБРЬ

- 1 ноября** Обабков Сергей Андреевич, генеральный директор Приволжского ювелирного завода «Красная Пресня»,
- 4 ноября** Дризина Маргарита Николаевна, директор компании «СевЗапЮвелирпром»
- 7 ноября** Дидяев Валерий Владимирович, генеральный директор компании «ТД Камея»
- 15 ноября** Кутукова Юлия Вадимовна, генеральный директор компании «Ювелирный у Елоховской»
- 16 ноября** Рак Александр Николаевич, генеральный директор компании «Ювелирный завод Агат»
- 17 ноября** Филиппов Юрий Павлович, генеральный директор компании «Золотое Руно»
- 21 ноября** Катаева Валентина Андреевна, заместитель начальника управления по координации деятельности предприятий «АПРОСА» по производству и реализации алмазной продукции
- 24 ноября** Будный Валерий Васильевич, глава отраслевого медиа-холдинга «РЕСТЭК JUNIWEX»
- 25 ноября** Шайдулин Николай Зинатович, генеральный директор ювелирного завода «Альфа»
- 26 ноября** Бычихин Святослав Валерьевич, заместитель генерального директора Великоустюгского завода «Северная Чернь»
- 26 ноября** Акимова Лариса Васильевна, генеральный директор Международного Симпозиума ювелиров
- 26 ноября** Чарина Изабелла Семеновна, начальник коммерческого управления компании «Золото Якутии»

*Choron
11 лет в России!*

У
CHORON
DIAMOND

ПРИНОСИТ СЧАСТЬЕ

125252, Москва, проезд Березовой рощи, д. 6
тел.: +7 (495) 6171111, факс: 6471554
www.choron.ru



Тропой милосердия

Сестрам милосердия Первой мировой войны посвящается



Становится страшно, когда читаешь очерки о Первой мировой войне. Трудно представить себе тонких, изящных барышень, многие из которых были дворянками, в роли медсестер. Работа, где на каждом шагу сталкиваешься с кровью и болью, под силу лишь сильным духом. Свой вклад в дело спасения раненых внесли представительницы всех сословий, включая дочерей императора Николая II — великих княжон Ольги и Татьяны. После прохождения курса обучения они работали наряду со всеми — ассистировали на операциях при извлечении пуль и ампутации конечностей, делали перевязки. Видеть в роли ухаживающих за ранеными девушек, выросших в великосветском обществе, было для современников, мягко говоря, непривычно. Но молодые, здоровые мужчины погибали тысячами, а потому нелегкую работу младшего медицинского персонала взяли на себя русские женщины разных сословий, охваченные глубоким патриотизмом, чувством долга и жертвенностью...

Созданию фигуры «Медсестра» предшествовало внимательное изучение камнерезных фигурок Фаберже и желание продолжить ряд ярких образов того времени. Трудно предугадать чужие мысли, тем более мысли такого неординарного человека, как Карл Фаберже, но фантазировать творческому коллективу создателей фигуры никто не мешал. Валентин Васильевич Скурлов предложил тему, а для реализации замысла в качестве автора скульптуры была приглашена художник Мария Лосева. Маша решила вылепить образ в царствовавшем в то время стиле ар-нуво, и увиденный ею образ сестры милосердия получился романтическим и утонченным. Затем к работе подключилась Катерина Седых — дочь известного художника-камнереза Светланы Седых, создавшей немало интересных образов в камне (реальный пример продолжения традиции). Она прочла вылепленный образ иначе. Собрав множество фотографий и материалов по Первой мировой войне, мы поняли, как трудно прочувствовать атмосферу того времени, когда многое сейчас видится по-другому. Фотографии медсестер того времени демонстрируют хотя и утонченные, но суровые лица. Больше всего доставило хлопот при резьбе лицо из яшмы, для которого было выбрано несколько портретов того времени. Очень часто лица, сделанные в камне, поражают своей похожестью, стереотипностью: по ним можно сразу понять, кто автор модели. Другой широко распространенный недостаток — чрезмерная стилизация. Как нам кажется, камнерез Седых сумела избежать обеих крайностей. Соотношение пропорций создаваемого образа должно соответствовать духу и моде отображаемой исторической эпохи. Женщина начала двадцатого века поражает светлым, открытым взглядом и красотой черт. На мой взгляд, художник мастерски передала красоту лица и одновременно суровость задачи, выпавшей на долю русской сестры милосердия.

Катерина поразительно работает с материалом, пытается передать через камень текучесть и подлинную фактуру ткани. Меня всегда



Скульптура «Медсестра»
Автор модели Мария Лосева,
резчик Екатерина Седых
Материалы:
Лицо, руки — эма, волосы — кремний, платье — эма, платок и передник — кахолонг, ботинки — лиддиг, икона — роспись по эмали (автор Елена Зуева), рушник — кахолонг



Екатерина Седых

Фрагмент скульптуры

удивляло, как в маленьком, ничем не примечательном кусочке камня она видит то дикий цвет, то резной опавший лист. Подбор камня тоже был непросто — здесь немаловажен цвет, а различное сырье требует различных способов обработки. Платье фигурки изготовлено из яшмы, а передник и нижняя юбка из кахолонга работают на контрасте, как в цвете, так и в тоне, дополненные сочным красным крестом на груди. Очень профессионально поработал мастер с костюмом того времени, пересмотрев немало книг по истории костюма и подлинных фотоматериалов. Женщина, изображающая сестру милосердия, идет навстречу жестокой войне, неся в руках икону Казанской Божьей Матери. Икона в руках нашей медсестры выполнена в технике росписи на эмали (финифть) и оправлена в золото 585 пробы. Художник по росписи — Елена Зуева, сочетающая изысканную цветовую гамму в своих работах и поражающая тонкостью письма.

Говорить об этой фигурке можно много, но лучше ее увидеть. Мы не претендовали на пафосную скульптуру, мы просто высказали свой взгляд на этот образ. Конечно, это не памятник, но перед любой работой должны стоять самые высокие задачи, и мы смеем полагать, что во многом достигли их.

